



GESTÃO AMBIENTAL EMPRESARIAL: RESÍDUOS SÓLIDOS PROBLEMA OU SOLUÇÃO?

Área temática: Gestão Ambiental & Sustentabilidade

Ademar Silva Scheidt Junior

ademar_scheidt@hotmail.com

Rosa Teresa Banzan Picinin

ademar_scheidt@hotmail.com

Haroldo de Sá Medeiros

ademar_scheidt@hotmail.com

Resumo: A nova maneira de encarar as questões ambientais vem crescendo desde os anos 60 e ganhando mais forças nos tempos atuais. O setor empresarial através de suas atividades deve buscar um novo modelo de desenvolvimento, uma opção seria a adoção da Gestão Ambiental na empresa ou Gestão Ambiental Empresarial, com enfoque e preocupação com o gerenciamento dos Resíduos Sólidos. Desta maneira produzir bens e serviços que não tragam apenas lucro, mais que atendam as necessidades e pressões do governo e da sociedade afim de fixar-se no mercado, diminuindo e muitas vezes eliminando concorrência. Neste contexto o presente trabalho buscou através de pesquisa definir o conceito de gestão ambiental na empresa, o papel da sociedade, governo e empresa diante da mudança de paradigma quanto ao meio ambiente e sustentabilidade, bem como resíduos sólidos e sua lei. Também através da aplicação de questionários em algumas empresas da cidade de Guajará-Mirim/RO identificar o destino dos resíduos sólidos das mesmas.

Palavras-chaves:

1. INTRODUÇÃO

O meio ambiente é fonte de matéria prima e energia, contribui para a vida e sobrevivência humana e é também local de despejo dos resíduos sólidos gerados por todas as esferas da sociedade.

A percepção de que os recursos naturais não são infinitos gerou uma preocupação internacional, um exemplo disto foi a criação do Clube de Roma, uma entidade formada por intelectuais e empresários que começaram a discutir e produzir estudos sobre a preocupação a respeito da preservação ambiental. Alguns temas abordados eram: o controle do crescimento populacional, controle do crescimento industrial, insuficiência da produção de alimentos e o esgotamento dos recursos naturais, que gerou uma publicação denominada “Os Limites do Crescimento” que colocava limites ao desenvolvimento econômico.

Porém, foi em 1987, no relatório “Nosso Futuro Comum”, produzido na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, que surgiu o conceito de Desenvolvimento Sustentável, aquele que atende as necessidades das gerações presente sem comprometer que as futuras gerações atendam suas próprias necessidades.

O desenvolvimento sustentável pode ser incorporado pelo setor empresarial através da implantação ou aperfeiçoamento da Gestão Ambiental Empresarial, pois a Gestão Ambiental deixou de ser tema só para ambientalistas, para se tornar uma oportunidade de ganho financeiro para as empresas, equilibrando assim o modo de produzir com o uso sustentável dos recursos, bem como a destinação ou disposição final ambientalmente adequada de seus resíduos, pois a demanda e exigência de produtos e serviços provenientes de empresas responsáveis social e ambientalmente é prática no cenário atual.

Através do que foi exposto acima, formula-se a seguinte questão de pesquisa: As empresas em Guajará-Mirim estão fazendo corretamente o descarte dos resíduos sólidos e qual deve ser a relação entre as empresas, governo e sociedade diante do cenário de preocupação ambiental?

Para tanto temos como objetivo demonstrar qual deve ser a relação entre as empresas em geral, governo e sociedade diante do cenário de preocupação ambiental. Levando-se em consideração a questão do lixo e os benefícios de se incorporar a sustentabilidade nos negócios. Para atingir este temos ainda como objetivos secundários: Definir o papel das Empresas, dos Governos e da Sociedade em suas relações diante da questão ambiental; Demonstrar o que dita a Lei da Política Nacional dos Resíduos Sólidos; Identificar como as empresas comerciais instaladas em Guajará-Mirim estão descartando os resíduos sólidos produzidos nos seus estabelecimentos; Levantar quais seriam as

vantagens de imagem que as empresas comerciais em Guajará-Mirim teriam se aplicassem a sustentabilidade aos seus negócios.

A pesquisa se delineou numa abordagem qualitativa, que é um conjunto de procedimentos para a coleta de dados, tendo como ponto de partida, vivências, idéias e práticas pedagógicas. Ela é descritiva e se preocupa com os processos, responde a questões particulares e se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado. O universo da pesquisa está composto por 3.274 empresas ativas, instaladas na cidade de Guajará-Mirim/RO, até a data de 28 de janeiro de 2014, segundo o Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação. Quanto à determinação da amostragem da pesquisa, foi aplicada aleatoriamente a 16 empresas comerciais varejistas e atacadistas de Guajará-Mirim/RO. “O varejo inclui todas as atividades relativas à venda de produtos ou serviços diretamente aos consumidores finais, para uso pessoal e não-comercial. Um varejista ou uma loja de varejo é qualquer empreendimento comercial cujo faturamento provenha principalmente da venda de pequenos lotes no varejo.” (KOTLER, 2000)

O instrumento utilizado para coletar dados nesta pesquisa será um questionário elaborado com perguntas de múltipla escolha, perguntas abertas e semiabertas, aplicado face a face pelo pesquisador, nas 16 empresas comerciais de Guajará-Mirim, escolhidas para responder ao problema da pesquisa.

Tal pesquisa justifica-se pela necessidade de se demonstrar a importância da questão ambiental na sociedade como um todo, ou seja, todo o público de interesse, que seja direta ou indiretamente ligado a uma organização, empresa, e etc. Tendo como foco principal a questão do lixo e da sustentabilidade, que são preocupações básicas que uma empresa deve ter.

Na busca por tentar manter-se no mercado, tão competitivo e cada dia mais acirrado há uma necessidade crescente de buscar maneiras de produzir e se relacionar entre as empresas com todo seu público, externo e interno, principalmente porque a busca por empresas engajadas com o meio ambiente não é só uma exigência do consumidor, é também exigido por fornecedores, governo, inclusive por Bancos mediante tentativas de financiamento e linhas de crédito, uma empresa que já utiliza de métodos sustentáveis não corre o risco de ter problemas futuros, mediante as exigências atuais. Diante de tal necessidade nasce a chamada Ecoeficiência uma forma de gestão capaz de gerar mais com menos impacto. Segundo o World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), a Ecoeficiência é alcançada através do fornecimento de bens e serviços a preços competitivos que satisfação às necessidades humanas e tragam qualidade de vida, ao mesmo tempo em que reduz progressivamente o impacto ambiental e o consumo de recursos ao longo do ciclo de vida, a

um nível, no mínimo equivalente à capacidade da Terra de se sustentar. (WBCSD, 2004). Segundo Mion (2007) ser socialmente responsável é ser competitivo.

Trazer esta pesquisa para a realidade do município de Guajará – Mirim/Ro se faz necessária mediante o fato da cidade ser composta, quase que em sua totalidade por área de preservação ambiental (92%) instituídas por leis Estadual e Federal bem como Terras Indígenas, segundo Cavalcante e Silva (2011). Diante de tal realidade se faz necessário que todos os atores sociais sejam engajados em tal preservação, principalmente as empresas comerciais que segundo a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) tem o dever de gerir seus resíduos e rejeitos de maneira adequada e independente do sistema de coleta municipal.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Gestão Ambiental

A preocupação com o Meio Ambiente surgiu quando a sociedade percebeu que sua maneira de se relacionar e gerenciar o meio ambiente começou a tomar proporções catastróficas, ameaçando a sobrevivência humana, aumentando a temperatura do planeta devido ao aumento de gases poluentes na atmosfera, provenientes da industrialização, degradação dos recursos naturais, extinção de espécies da fauna e flora.

Evidenciada a necessidade de integrar a sustentabilidade no planejamento político dos países, a comunidade científica e política mundial começaram a se reunir, levantar questões e produzir documentos sobre o tema ambiental, gerando destaque em encontros internacionais da década de 60 em diante. Como exemplo, a publicação do livro “Primavera Silenciosa” de Rachel Carson que demonstrava os efeitos danosos do uso dos pesticidas.

Boldrin e Boldrin (2004) relatam em um breve resumo histórico os pontos mais relevantes da evolução da preocupação ambiental no mundo:

- Década de 60 - Criação da Agência de Proteção Ambiental (EPA) nos Estados Unidos;
- 1970 - Reunião do Clube de Roma;
- 1972 - Primeira Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente em Estocolmo, na Suíça, realizada pela ONU. Nessa conferência foi criado o PNUMA;
- Décadas de 70 e 80 - Desastres ambientais como o de Bhopal e Chernobyl;
- 1986 - A Câmara Internacional de Comércio (ICC) estabeleceu diretrizes ambientais para a indústria mundial;
- 1987 - Lançamento do manifesto "Nosso Futuro Comum" (Relatório Brundtland) pelo Conselho Mundial de Desenvolvimento e Meio Ambiente da ONU, que trazia o conceito de Desenvolvimento Sustentável ao conhecimento do público;
- 1991 - Publicação da "Carta Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável", pela Câmara de Comércio Internacional (ICC). E lançamento do documento "Mudando o Rumo: Uma Perspectiva Empresarial Global sobre Desenvolvimento e Meio Ambiente" pelo BCDS (Business Council on Sustainable Development);

- 1991 - A ISO (International Organization for Standardization) constitui o Grupo Estratégico Consultivo sobre o meio ambiente (SAGE);
- 1992 - Realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, no Rio de Janeiro, Brasil (ECO-92) onde foram firmados acordos, entre eles a Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas, a Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB) e a Agenda 21;
- 1996 - A norma ISO 14000 é aprovada e publicada como norma internacional;
- 1997 - Convenção das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas em Quioto, onde foi criado o Protocolo de Quito cujo objetivo era estabilizar as emissões de gases do efeito estufa freando o aquecimento global e seus impactos;
- 2001 – Convenção de Estocolmo sobre Poluentes Orgânicos Persistentes.
2002 – Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável (também conhecida como Rio+10), em Johannesburgo, na África do Sul.
- 2012 - A Rio+20 no Rio de Janeiro, Brasil, que originou um documento intitulado “O Futuro que queremos”.

Destes destaca-se aqui “A Carta Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável”, uma iniciativa empresarial de autorregulamentação, que citando Valle (2002) consistia em, a empresa ter como prioridade a GA, estabelecendo políticas, programas e procedimentos para conduzir suas atividades de maneira segura para o meio ambiente, fazendo com que essas políticas, programas e procedimentos, sejam integrados dentro de cada empresa.

A carta empresarial preconiza que as empresas antes de iniciar uma atividade ou projeto e antes de desativar uma instalação ou abandoná-la avaliar os danos ambientais causados. Desenvolver, projetar e operar instalações, tendo em conta a eficiência no consumo de energia e dos materiais, a utilização sustentável dos recursos renováveis, a minimização dos impactos ambientais adversos e da produção de resíduos e o tratamento ou a disposição final desses resíduos de forma segura e responsável.

Deveriam produzir produtos e/ou serviços que não causem impactos indevidos sobre o meio ambiente, que possam ser reciclados e reutilizados. Tinham que realizar e/ou patrocinar pesquisas sobre danos ao meio ambiente, causados pela exploração da matéria prima, sobre os processos, emissões e resíduos associados às atividades da empresa e sobre os meios de minimizar tais impactos sobre os mesmos, também são alternativas encontradas no referido documento, entre outros.

A Gestão Ambiental pode ser definida de várias formas e diferentes aspectos por se tratar de uma área de estudo e profissão nova. De acordo com DIAS (2006) a Gestão Ambiental é definida como um conjunto de medidas e procedimentos que permite identificar problemas ambientais gerados pelas atividades da instituição, como a poluição e o desperdício, e rever critérios de atuação (normas e diretrizes), incorporando novas práticas capazes de reduzir ou eliminar danos ao meio ambiente (passivos ambientais).

Barbieri (2004) diz que administração ou gestão do meio ambiente, ou simplesmente Gestão Ambiental, é entendida como as diretrizes e as atividades administrativas e operacionais, tais como planejamento, direção, controle, alocação de recursos e outras realizadas com o objetivo de obter efeitos positivos sobre o meio ambiente sejam reduzindo ou eliminando danos e problemas causados pelas ações humanas ou evitando que eles aconteçam.

Coloca ainda Campaner, Araújo e Pinheiro (2009) que a gestão ambiental é uma área estratégica, por isso, a missão do gestor ambiental é conciliar os negócios com o desenvolvimento sustentável. Uma das tarefas do gestor ambiental é estabelecer ações que não agridam a natureza. Essa é a missão do gestor ambiental profissional, que contribui para que a produção cause o menor impacto possível na natureza, reduza os custos, aumente a competitividade e melhore a imagem da organização com o consumidor. Um bom gestor ambiental trás grandes lucros para a organização, por ser capaz de identificar o que deve ou não ser feito.

Para tanto a GA surge para minimizar e melhorar a relação de todos os agentes da sociedade e do meio que os cerca, atuando a favor do desenvolvimento sustentável e assegurando um ambiente ecologicamente equilibrado para os presentes e futuras gerações.

2.2 Desenvolvimento Sustentável

A definição mais conhecida e utilizada de Desenvolvimento Sustentável no mundo é aquela definida no relatório *Nosso Futuro Comum*, elaborado na Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU e chefiada pela primeira ministra da Noruega Gro Harlem Brundtland em 1987, aquele modelo de desenvolvimento que atende as necessidades das gerações atuais sem comprometer as gerações futuras de atender suas necessidades também. Segundo Barbieri (2004) desenvolvimento sustentável resulta de um pacto duplo que se traduz com a preocupação constante com a gerência e preservação dos recursos e com o atendimento das necessidades básicas de todos os humanos.

2.2.1 Sustentabilidade nos Negócios

Primeiramente vamos definir sustentabilidade isoladamente, que seria:

a capacidade de se auto-sustentar, de se auto-manter. Uma atividade sustentável qualquer é aquela que pode ser mantida por um longo período indeterminado de tempo, ou seja, para sempre, de forma a não se esgotar nunca, apesar dos imprevistos que podem vir a ocorrer durante este período. Pode-se ampliar o conceito de sustentabilidade, em se tratando de uma sociedade sustentável, que não coloca em risco os recursos naturais como ar, a água, o solo a vida vegetal e animal dos quais a vida (da sociedade) depende. (PHILIPPI,2001)

O conceito de sustentabilidade nos negócios foi cunhado pelo empresário e sociólogo norte americano Jonh Elkington, quando fundou a ONG chamada Sustainability, portanto, sustentabilidade é um modelo de gerenciar negócios que visam o lucro para acionistas ao mesmo tempo em que

promove desenvolvimento econômico, promoção social e a proteção dos recursos naturais. (ELKINGTON, 1999) A partir daí surgiu o *Triple Bottom Line*, ou tripé da sustentabilidade, como é conhecido no Brasil, também desencadeado por Jonh Elkington, em 1994, no qual os negócios deveriam ser feitos levando-se em conta e refletindo o equilíbrio entre fatores ambientais, sociais e econômicos.



Figura 1- Sustentabilidade corporativa segundo a abordagem *Triple Bottom Line*
Fonte: ELKINGTON (1999 *apud* Almeida, 2006)

2.3 - Gestão Ambiental Empresarial

A relação entre as organizações podem ser elas, empresas, firmas, corporações indústrias, companhias ou instituições, e o meio que as cerca, da origem a Gestão Ambiental Empresarial, cujo objetivo é a melhoria da qualidade ambiental dos serviços ou produtos e das relações de trabalho dentro das organizações, podendo ser da esfera pública ou privada.

Weber (2004) define a GAE como um conjunto de políticas, programas e práticas administrativas e operacionais que levam em conta a saúde e a segurança das pessoas e a proteção do meio ambiente através da eliminação ou minimização de impactos e danos ambientais decorrentes do planejamento, implantação, operação, ampliação, realocação ou desativação de empreendimentos ou atividades, incluindo-se todas as fases do ciclo de vida de um produto. São três as vertentes ou as razões que levam as empresas a adotarem a GA, razões que vão ganhando mais força no cenário atual de preocupação ambiental. A primeira é o governo através das suas legislações, exigências, fiscalizações, penalidades e multas. A segunda a sociedade, consumidores e as ONG's caracterizadas aqui como sociedade civil organizada, cada vez mais consciente e informados demandando práticas

proativas das empresas e buscando produtos verdes. E a terceira vertente é a competitividade entre as empresas, mercado externo exercendo pressão dando preferência às empresas que adotam desempenho sustentável, melhorando assim a própria imagem da empresa.

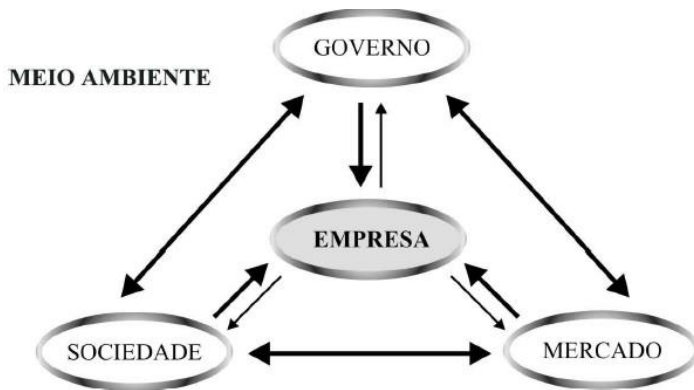


Figura 2- Relação entre a empresa e o meio que a cerca
Fonte: Barbieri (2004)

Um instrumento da GA na empresa é o Sistema de Gestão Ambiental que representa uma mudança comportamental da organização, incluindo todos, acionistas, empregados/funcionários, investidores, fornecedores, governo, clientes, comunidade e concorrentes. A definição de SGA, de acordo com a NBR ISO 14004 (2003) é aquela parte do sistema de gestão global que inclui a estrutura organizacional, o planejamento de atividades, as responsabilidades, as práticas, os procedimentos, os processos e os recursos para desenvolver, conseguir programar, analisar criticamente e manter a política ambiental. Para Barbieri (2004) é um conjunto de atividades administrativas e operacionais inter-relacionadas para abordar os problemas ambientais atuais ou para evitar o seu surgimento.

2.3.1-Papel do Governo

No início do século XX os recursos naturais eram vistos como ativos que atraíam as empresas e indústrias, nesta época havia muita propaganda e incentivo do Governo para que as mesmas se instalassem pelo Brasil, principalmente na região Norte. Essa visão só começou a mudar no final do mesmo século quando foram surgindo os efeitos dessa forma tradicional de economia e os problemas ambientais começaram a entrar em pauta nas discussões de todos os atores sociais. Desde então o país evoluiu no que diz respeito às legislações ambientais, conjuntos de normas jurídicas criadas para educar as atividades humanas com relação à proteção do meio ambiente.

Um grande marco foi a lei federal nº 6.938, conhecida como Política Nacional do Meio Ambiente, datada de 31 de agosto de 1981 e instituiu o Sistema Nacional do Meio Ambiente – SISNAMA em seu artigo 6º:

Os órgãos e entidades da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Territórios e dos Municípios, bem como as fundações instituídas pelo Poder Público, responsáveis pela proteção e melhoria da qualidade ambiental, constituíram o Sistema Nacional do Meio Ambiente – SISNAMA.

O papel do Governo é utilizar instrumentos para regular a Gestão Ambiental Empresarial através de ações de comando e controle implementados através das legislações, fiscalizações eficientes, multas e penalidades. Em 1998, foi elaborada a lei 9.625 que dita as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente.

Campaner, Araújo e Pinheiro (2009, apud BATISTA e PAGLIUSO, 2006), destacam que apesar de ser reconhecida e avançada em muitos aspectos, infelizmente a legislação ambiental é muito falha no ponto de vista penal, pois crimes contra o meio ambiente ficam impunes, devido a falta de consciência política ambiental e de fiscalização.

2.3.2 - Papel da Sociedade

A sociedade vem reconhecendo a gravidade da crise ambiental planetária e tornam-se cada vez mais preocupada com os cenários previstos para o futuro da humanidade e do planeta. As pessoas estão cada vez mais conectadas com um grande número de informações disponíveis em rádios, internet, televisão, dentre outros, sobre qualquer tema que desperte interesse. Nesse cenário acontece a revolução cívica, processo em que as pessoas se organizam para defender causas que consideram importantes.

Pressões populares vem acontecendo em todo o mundo exigindo responsabilidade ambiental das empresas e indústrias é um marco do mundo moderno. Os clientes estão cada vez mais exigentes, distinguindo as organizações que se preocupam com a responsabilidade social e ambiental, daquelas que visam apenas os lucros.

O papel da sociedade é participar mais efetivamente dos processos decisórios, demandar a quebra dos modelos tradicionais e ofensivos ao ambiente a as relações sociais, nesse contexto as pressões que podem ser exercidas com a participação das organizações não governamentais (ONG's) são de extrema importância. De acordo com Campaner, Araújo e Pinheiro (2009, apud DELGADO, 2005), a finalidade principal das ONG's é fiscalizar as atitudes do Estado, no âmbito federal, estadual e municipal e também os atos praticados pelos poderes executivo, legislativo, judiciário e ainda cuidar de certos setores da sociedade, como meio ambiente.

2.3.3 - Papel da Empresa

Hermanns (2005 apud KINLAW, 1997) cita que nos últimos anos a questão ambiental evoluiu para se tornar uma importante preocupação social com repercussão empresarial e econômica, ocorrendo alterações na administração e gerenciamento do Estado e das Empresas, pois estes estão

sendo apertados a demonstrarem sua capacidade de oferecer produtos e serviços compatíveis com a preservação do meio ambiente natural. Sendo que a necessidade de se ter responsabilidade empresarial em relação ao meio ambiente deixou de ser imediatista, com tomadas de decisão em curto prazo, para se tornar proativa, voluntária, adotando estratégias para a administração de resíduos e poluentes.

Dependendo da atuação da empresa em relação aos problemas ambientais, ela pode desenvolver três diferentes abordagens denominadas controle da poluição, prevenção da poluição e incorporação dessas questões na estratégia empresarial. Na abordagem controle da poluição a organização é caracterizada pelo estabelecimento de práticas que impeçam os efeitos da poluição de determinados processos produtivos. As ações ambientais procedem de uma postura reativa e o controle da poluição tem por objetivo atender as exigências estabelecidas nos instrumentos de comando e controle e as pressões da sociedade. Já a prevenção na poluição a empresa procura trabalhar sobre os produtos e processos produtivos para prevenir a geração da poluição aderindo ações que visam a produção mais eficiente, ou seja, combinação de preocupação ambiental, uso eficiente dos recursos e controle da poluição.

Muitas transformações no setor empresarial também se deram a partir das mudanças no mercado de exportação, pois as empresas temiam que seus produtos fossem barrados no exterior. Como destaca Hermanns (2005) a promulgação da constituição em 1988 e depois da ECO-92 cresceu o número de empresas associadas a esses fóruns de debate e intercâmbio de informações, principalmente as empresas exportadoras nacionais, que se tornaram mais ativas nas discussões em torno das normas internacionais para a GA, atuando e divulgando informações, paralelamente com o diálogo com a sociedade e o governo.

Cada vez mais compradores estão exigindo certificação ambiental e produtos com selos verdes que comprovem o menor impacto possível ao meio ambiente. De acordo com Hermanns (2005) a certificação se dá em dois casos:

- Do produto: depois de verifica o cumprimento das normas de qualidade ambiental, será atestado por selos verdes e rótulos ecológicos; e
- De processos: verifica-se a conformidade do processo de produção com as recomendações de determinadas normas de GA.

A aplicação de selos verdes nos produtos também se tornou uma ótima opção de marketing, aliado da competitividade. A necessidade de mudança já está ocorrendo, a procura por organizações voltadas para a produção e lucro, mais também preocupadas com a preservação do meio ambiente, bem estar social e legislações ambientais será cada vez maior e as empresas devem estar atentas a

todos os públicos impactados pelo seu negócio. Devido essa inter relação as organizações tem o dever de disseminar valores de mudanças concretas.

Para Campaner, Araújo e Pinheiro (2009) os resultados vêm em longo prazo, porem há compensação econômica, reconhecimento e prestígio dos consumidores, aceitação da marca e uma boa reputação empresarial. Portanto o papel das empresas é atender as necessidades e exigências de todos os agentes a ela ligados, governo, sociedade, mercado, acionistas, financiadores, seguradores e mais.

2.4 Marketing Ambiental

Com o aumento do aquecimento global e de varias campanhas alertando sobre o risco real que vem afetando todo o mundo, há uma enorme tendência de que a população passe a buscar maneiras mais sustentáveis de lidar com seu consumo e modo de vida, ou seja, estão mudando seus valores ambientais ao longo do tempo. Os consumidores estão trocando o consumismo elevado e desenfreado por aquele que busca apenas o necessário para garantir uma vida confortável, saudável e de qualidade.

Por mais que esta mudança de habito esteja crescente atualmente não há como substituir todos os produtos de consumo, muitos consumidores não estão dispostos a abandonar o estilo de vida e esse é o desafio, sustentar produtos e comunicações que projetem não só benefícios reais aos consumidores, mais também ao meio ambiente. (Ottmam,1994)

De acordo com Kotler (2006), o marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais e para defini-lo de maneira sucinta pode-se dizer que ele supre as necessidades lucrativamente. Portanto podem-se estabelecer diferentes definições de marketing, de acordo com as perspectivas que se pretende alcançar: sociais, econômicas, sócio-ambientais e gerenciais de cada empresa.

Dias (2007) destaca que o marketing ambiental explora não só os processos internos de produção e externos em relação aos consumidores, mais também ao impacto da produção e consumo na qualidade de vida e no desenvolvimento sustentável da sociedade.

O marketing verde não pode ser considerado somente um conjunto de técnicas voltadas para projetar e comercializar produtos que não prejudiquem o meio ambiente; é também uma forma de articular as relações entre o consumidor, empresa e o meio ambiente. Assim, ao se adotar uma filosofia de marketing verde, deve-se ter em mente essa concepção macro do processo, onde a compreensão da importância da preservação do meio ambiente esteja impregnada em toda a organização, incluindo o comportamento cotidiano das pessoas que a integram (DIAS, 2009).

Com a nova mudança mundial diante das questões ambientais, as empresas se viram obrigadas a tratar de maneira diferente sua forma de gerir, começaram a perceber que seus esforços em se adequar as demandas ambientais e através do incremento da sustentabilidade nos negócios poderiam adquirir bem mais do que prevenção de multas e penalidades, trariam também benefícios diante dos

consumidores e do mercado, ou seja, passando a programar o Marketing Verde ou Ambiental como estratégia empresarial as empresas que de fato estão engajadas com a questão atraem a preferência de consumidores, agregam maior valor aos seus produtos e serviços, dão um salto diante dos concorrentes.

2.5 Resíduos Sólidos

Ruschel e Associados (2012) retratam que a palavra lixo não define mais o que é descartado diariamente por residências, empresas e órgãos públicos. Tudo que no passado chamávamos de lixo deve ser chamado atualmente de Resíduo Sólido. Os especialistas afirmam que qualquer que seja o resíduo sempre haverá uma destinação mais adequada para ele do que simplesmente descartar. Da reutilização à geração de energia, tudo tem valor e pode até tornar-se fonte de renda e condutor de novos negócios.

De acordo com a Política Nacional de Resíduos Sólidos, artigo 3º, inciso XVI, resíduo sólido: material, substância, objeto ou bem descartado resultante de atividades humanas em sociedade, a cuja destinação final se procede, se propõe proceder ou se está obrigada a proceder, nos estados sólidos ou semissólidos, bem como gases contidos em recipientes e líquidos cujas particularidades tornem inviável o seu lançamento na rede pública de esgoto ou em corpos d'água, ou exijam para isso soluções técnicas ou economicamente inviáveis em face da melhor tecnologia disponível. (BRASIL, Lei nº 12.305, de agosto de 2010, 2010).

De acordo com a ABNT NBR 10004 os resíduos são classificados em classes:

- Classe I perigosos – característica apresentada por um resíduo que de acordo com suas propriedades físicas e químicas ou infecto-contagiosas, apresentem risco a saúde pública e ao meio ambiente, ou ainda, apresentem inflamabilidade, corrosividade, reatividade, toxicidade e patogenicidade.
- Classe II não perigosos – restos de alimentos, sucatas, papel e papelão, plástico, borracha, madeira, materiais têxteis, areia, bagaço de cana e outros.
- Classe II A não inertes – aqueles não caracterizados como perigosos e inertes. Podem ser biodegradáveis e apresentar combustibilidade e solubilidade em água.
- Classe II B inertes – aqueles caracterizados nas normas 10007 e 10006, que quando em contato com a água destilada ou deionizada, a temperatura ambiente, não se solubilizam.

Segundo exposto acima, diante da norma da ABNT os resíduos sólidos produzidos pelas empresas comerciais de Guajará-Mirim/RO, se enquadram na classe II, ou seja, caracterizados como não perigosos pois em sua maior parte ou quase totalidade são contidos de papéis, papelões, madeiras e copos descartáveis, não apresentando nenhum risco a sociedade, porém poluem as calçadas e avenidas da cidade, portanto causam a poluição visual.

3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

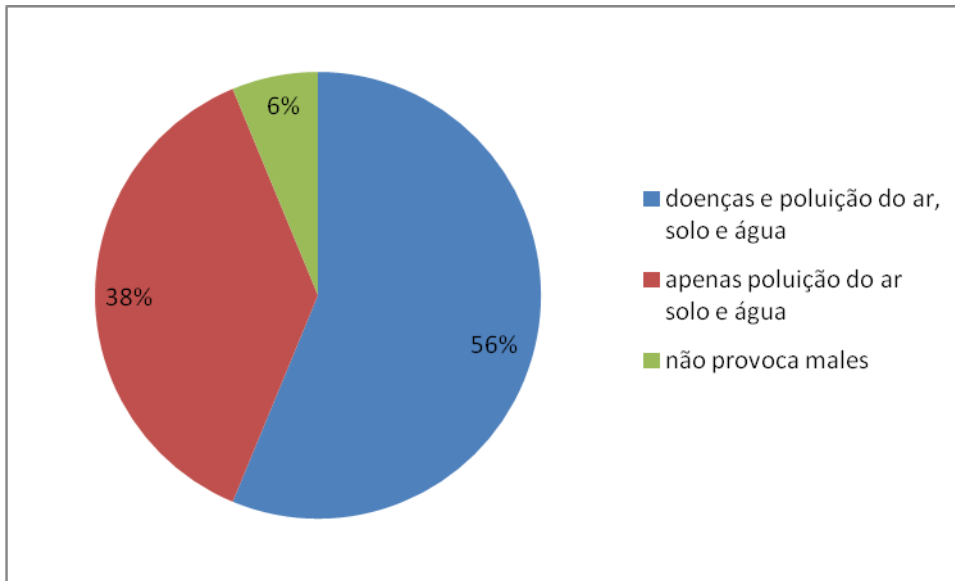
Após apresentar a fundamentação teórica sobre o objeto de estudo deste trabalho, realiza-se a análise dos resultados a partir das informações coletadas através dos questionários aplicados nas empresas selecionadas na amostra.

Das empresas pesquisadas para 25% delas exercem tanto a função de varejo quanto de atacado, 19% das empresas trabalham apenas com atacado e 56% trabalham apenas com o varejo. Tendo entre as que são apenas atacado as empresas distribuidoras e nas empresas de varejo uma variedade de segmentos entre eles, alimentício, vestuário, loja de moveis e eletrodomésticos, prestadoras de serviços e farmacêutica.

Das empresas nas quais o questionário foi aplicado, 50% se auto classificam como empresas de pequeno porte, 31% consideram-se de médio porte e 19% de grande porte. A análise de porte das empresas adota como referência as faixas de pessoal ocupado assalariado, definidas pela Oficina Estatística da Comunidade Europeia (Statistical Office of the European Communities - Eurostat) e pela Organização das Nações Unidas - ONU, na Recomendação 2003/361/CE, de 20.05.2003. De acordo com esta definição, microempresas são as empresas com até 9 pessoas ocupadas assalariadas; empresas pequenas, as que possuem de 10 a 49 pessoas; empresas médias, de 50 a 249 pessoas; e empresas grandes, 250 ou mais pessoas (SCHMIEMANN, 2008).

Das 16 empresas comerciais instaladas na cidade de Guajará-Mirim, nas quais o questionário foi aplicado, quando perguntados sobre quais males a má disposição dos resíduos poderia provocar percebe-se que os respondentes são conhecedores dos males da prática errada. No caso das empresas onde a pesquisa foi coletada os resíduos gerados se caracterizam como urbanos, pois essa classificação abrange os resíduos comerciais, aqueles produzidos em escritórios, restaurante, lojas, hotéis, supermercados e em outros estabelecimentos afins.

Gráfico 1 – Ocorrências devido a má destinação dos resíduos

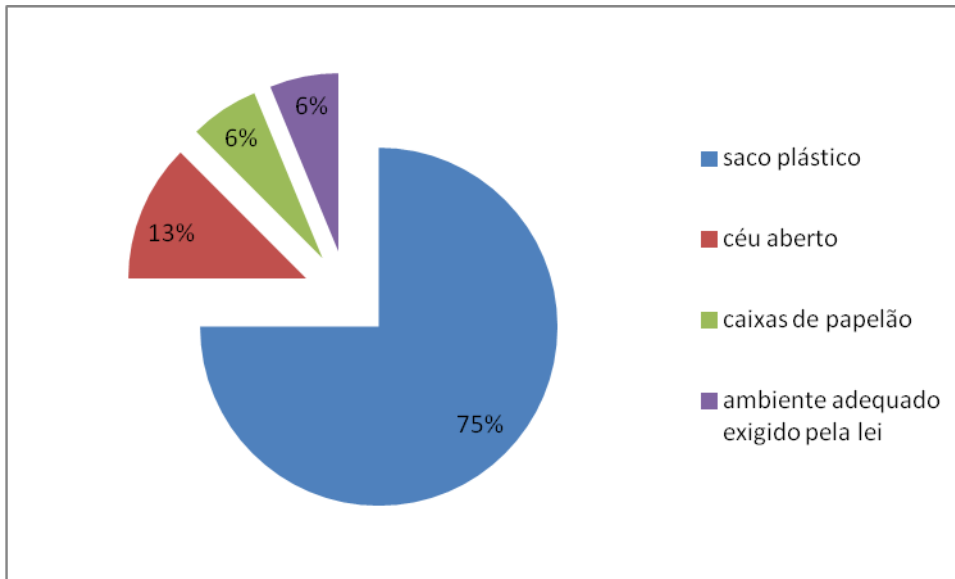


Fonte: Dados da Pesquisa, Autora

A má disposição dos resíduos provoca diversos males, entre eles estão poluição do solo, da água, do ar, doenças, pode causar produção de gases que além de causar doenças afetam o sistema de aquecimento da terra, produz o chorume um líquido que polui não só a terra como o lençol freático e atrai animais vetores de doenças, causa intoxicação entre outros. Um dos impactos poucos citados impactos é a poluição visual, proporcionando uma paisagem nada agradável, contribuindo para a desvalorização do entorno onde o lixo é depositado. Neste trabalho levamos em consideração o lixo das empresas comerciais, que em sua maioria são compostos de papel, papelão, plástico, vidro, madeira e restos de alimentos.

Das empresas comerciais pesquisadas quanto à forma que descartam os resíduos sólidos responderam o seguinte, conforme gráfico 2.

Gráfico 2 - Quanto ao acondicionamento dos resíduos

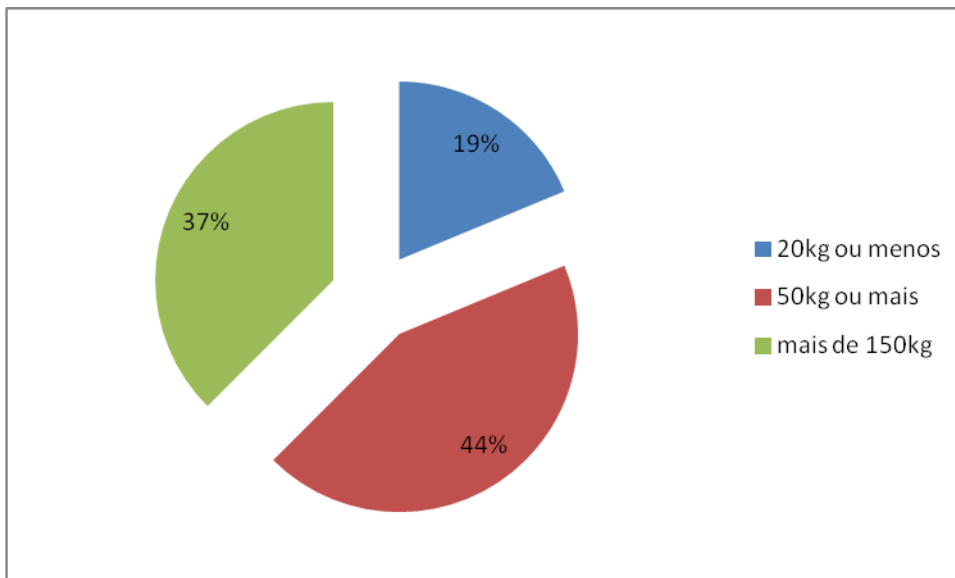


Fonte: Dados da Pesquisa, Autora

Das 16 empresas comerciais instaladas na cidade de Guajará-Mirim, nas quais o questionário foi aplicado, 6% tem acondicionamento específico exigido por lei, 6% acondicionam em caixas de papelão, 13% deixam a céu aberto e 75% das empresas pesquisadas acondicionam os seus resíduos em sacos plásticos.

Conforme o gráfico 3, quanto a quantidade de resíduo produzido diariamente os respondentes declaram que:

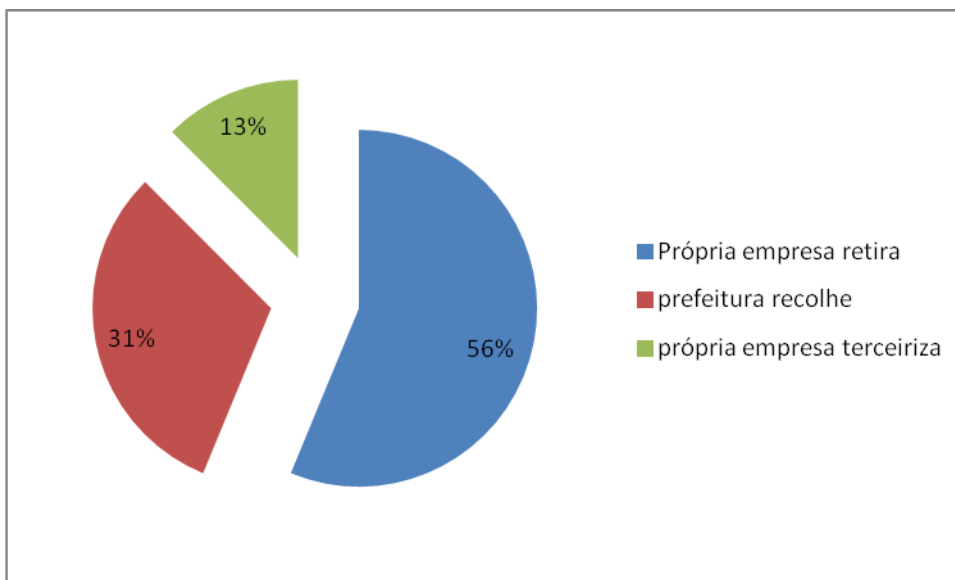
Gráfico 3 – Quanto ao volume de resíduo produzido



Fonte: Dados da Pesquisa, Autora

Já quanto a retirada dos resíduos da empresa as respostas foram as seguintes, conforme gráfico 4:

Gráfico 4 – Quanto a retirada dos resíduos gerados pela empresa



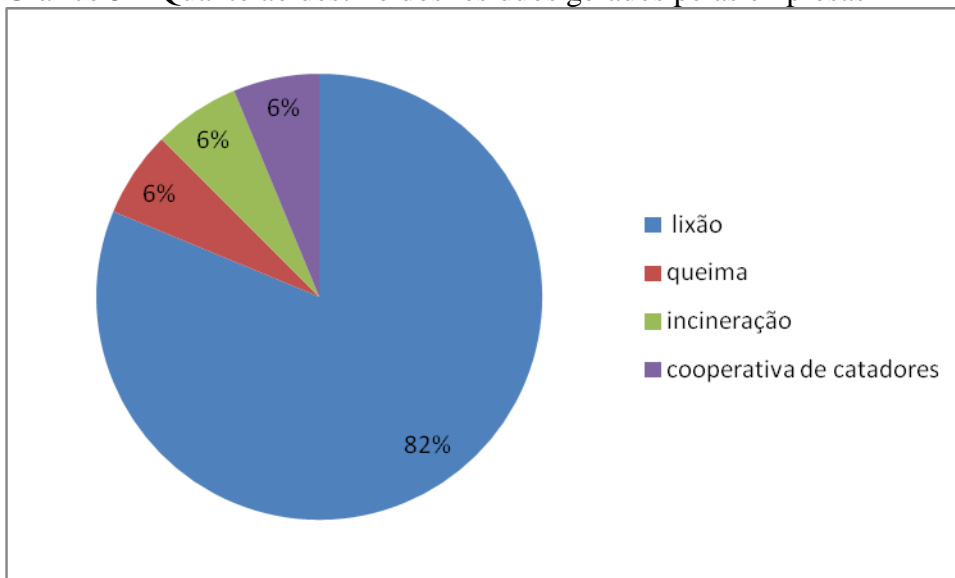
Fonte: Dados da Pesquisa, Autora

De acordo com a Lei 12.305, de 2 de agosto de 2010, Política Nacional de Resíduos Sólidos apresenta uma extensa lista de pessoas jurídicas (públicas e privadas) obrigadas a elaborar e cumprir seu próprio plano de gerenciamento de resíduos sólidos, entre eles, os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviço que gerem resíduos perigosos ou mesmo que não gerem resíduos perigosos

porem por sua natureza, composição ou volume não sejam equiparados a resíduos domiciliares pelo Poder Público Municipal, conforme encontra-se no art. 20, inciso II da referida Lei.

Quando perguntadas se os mesmos sabiam qual o destino final dos resíduos descartados pela empres, segundo gráfico 5, responderam:

Gráfico 5 – Quanto ao destino dos resíduos gerados pelas empresas



Fonte: Dados da Pesquisa, Autora

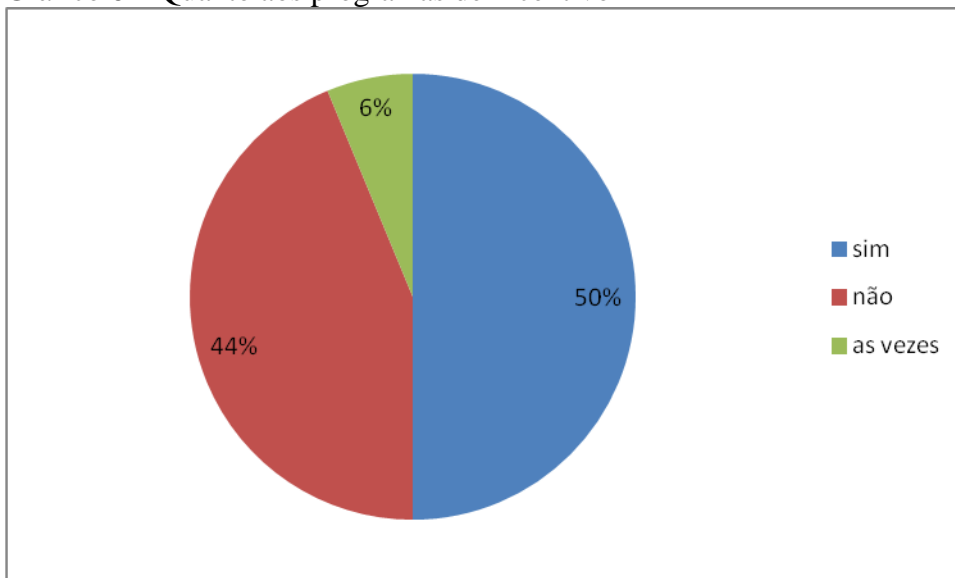
Das 16 empresas comerciais de Guajará-Mirim nas quais o questionário foi aplicado, 6% delas apresentam apenas resíduos que podem ser reciclados e entregam a cooperativa de catadores, 6% incineram seus resíduos, 6% queimam e 82% afirmaram que seus resíduos vo direto para o lixão.

A realidade Municipal é o Lixão, a forma mais antiga e precária de disposio de resíduos sólidos, feito sem qualquer estudo ou preocupao. De acordo com o IBGE (1991), nós brasileiros, convivemos com a maior parte do lixo que produzimos, diariamente toneladas de resíduos são jogados em lixões.

Preconiza o art. 15, da Lei federal n 12.305/10, inciso V, que “*Art. 15. A união elaborar, sob a coordenao do Ministério do Meio Ambiente, o Plano Nacional de Resíduos Sólidos, com vigência por prazo indeterminado e horizonte de 20 (vinte) anos, a ser atualizado a cada 4 (quatro) anos, tendo como contdo mínimo: [...] V- metas para a eliminao e recuperao de lixões, associadas à inclusão social e  emancipao econmica de catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis.*”

Quanto a retirada dos resíduos para o local de descarte, 6% das empresas retiram diariamente, 6% retiram uma vez no mês, 13% três vezes na semana, 37% uma vez por semana e 38% duas vezes por semana.

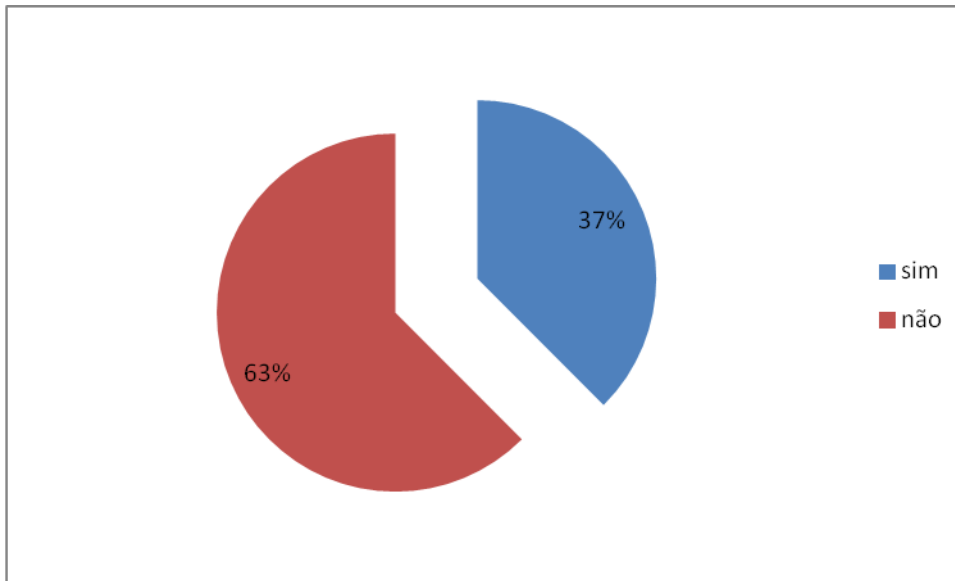
Gráfico 6 – Quanto aos programas de incentivo



Fonte: Dados da Pesquisa, Autora

Das empresas pesquisadas quando questionadas se achavam que as empresas deveriam promover programas para incentivar a redução e o reaproveitamento dos resíduos produzidos, 6% opinaram que isso deveria ocorrer às vezes, 44% consideram que não e 50% acreditam que deveriam sim existir esses programas de incentivo.

Gráfico 7 – Quanto ao aproveitamento de alguns resíduos



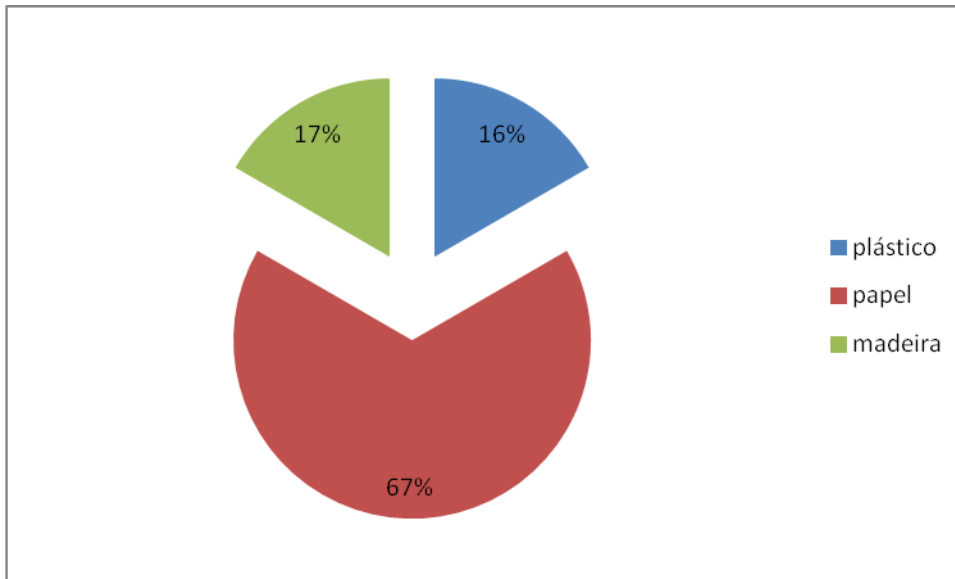
Fonte: Dados da Pesquisa, Autora

Das empresas de Guajará-Mirim, nas quais o questionário foi aplicada a pesquisa, conforme gráfico 7, 37% destas empresas aproveitam algum material que normalmente iria para o lixo e 63% não reutilizam nada.

Reutilizar nada mais  do que dar uma nova utilidade a algo que normalmente considerado inútil, iria direto ao lixo. Uma maneira seria dar preferência a bens duráveis. Porem a reutilizao esta em atitudes simples como, reutilizar o verso dos papeis para rascunho, utilizar apenas um copo descartável por dia, ou quem sabe troca-los por Squeeze (garrafas) que podem ser do próprio funcionário ou a empresa pode mandar personalizar e entregar.

Como observado no gráfico 7, 37% reutilizam algum material, e dentro deste universo de 37%, quando questionados sobre qual material reutilizam, as respostas foram o plástico, a madeira e o papel, conforme gráfico 8.

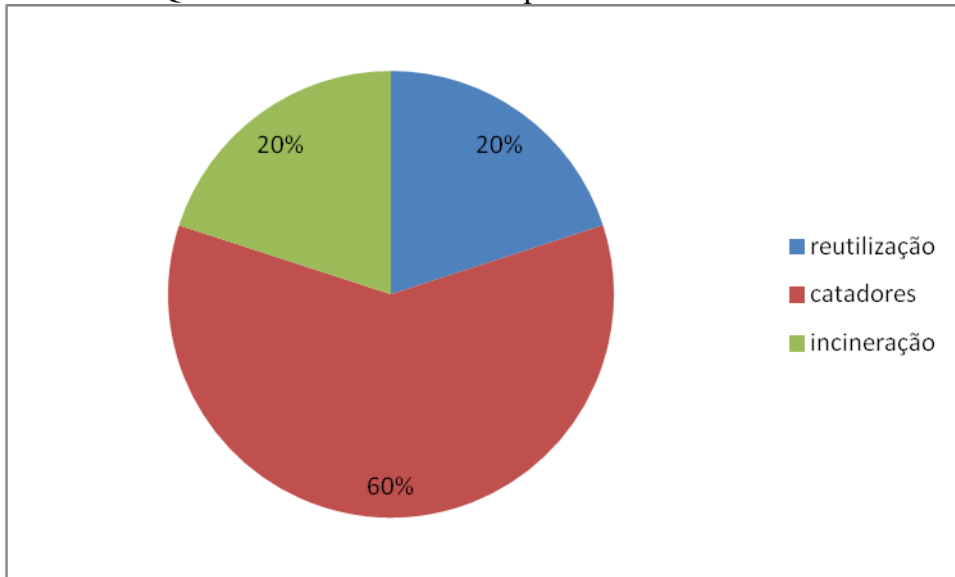
Gráfico 8 – Quanto aos materiais aproveitados antes do descarte



Fonte: Dados da Pesquisa, Autora

Ainda levando-se em consideração aquelas que responderam reutilizar algum material (37%), quando indagadas sobre o motivo que as leva a reutilizarem os mesmos 38% responderam ser a economia, ou seja, evitar gastos desnecessários e 62% responderam que o motivo que os leva a reutilização é a preocupação com o meio ambiente. Mas das empresas pesquisadas, quando perguntadas se na empresa existe separação de lixo, 31% afirmaram que separam e 69% que não separam.

Gráfico 9 – Quanto ao destino do lixo separado



Fonte: Dados da Pesquisa, Autora

A PNRS dispõe em seu art. 7º, incisos II, VIII, XII “Art.7º São objetivos da Política Nacional de Resíduos Sólidos: [...] II- não geração, redução, reutilização, reciclagem e tratamento dos resíduos sólidos, bem como disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos; [...] VIII – articulação entre as diferentes esferas do poder público, e destas com o setor empresarial, com vistas a cooperação técnica e financeira para a gestão integrada de resíduos sólidos; [...] XII – integração dos catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis nas ações que envolvam a responsabilidade compartilhada do ciclo de vida dos produtos.”

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As práticas sociais e ambientalmente responsáveis, mesmo que tenham surgido através de pressões sociais, do governo com suas regulamentações e de competitividade são necessárias para a sobrevivência mercadológica. Os resultados são em longo prazo, porém compensatórios: **prestígio dos consumidores, preferência pela marca, reputação empresarial, menos impacto, evita desperdício, gera economia, desenvolvimento social, diminui riscos**. Todos estes condicionantes para a competitividade, dentre tantas outros.

Uma opção seria introduzir a Educação Ambiental em seu dia-a-dia, conscientização de funcionários e clientes, reutilização de materiais como copos descartáveis, papéis impressos utilizados para rascunho, estabelecer pontos de coleta de resíduos recicláveis e reutilizáveis que mesmo não

sendo reciclados pela empresa sejam destinados a reciclagem, facilitando assim o trabalho dos catadores.

Contudo podemos considerar que a gestão ambiental atrela-se a todos os envolvidos em busca de melhores condições de desenvolvimento, sociedade, governo e comércio.

E que ao final deste trabalho foi possível analisar que a problemática do lixo em Guajará-Mirim pode ser resolvida assim que o Plano Municipal de Resíduos Sólidos for aprovado, onde deve constar especificadamente o papel de cada qual, e que as empresas comerciais deste município tem maneiras simples de lidar com seus resíduos, como destacado anteriormente.

REFERÊNCIAS

- BARBIERI**, João Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. São Paulo: Saraiva, 2004.
- BRASIL**. Lei 12.305, de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e da outras providências. Brasília, 2010. In: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm> Acesso em: 10 de abril de 2014.
- CAMPANER**, Érica Cristiane dos Santos; **ARAÚJO**, Gladiz Mery de Souza; **PINHEIRO**, Renata Costa. Gestão Ambiental como Responsabilidade Social das Organizações. São Paulo, 2009.
- CAVALCANTE**, F.R.C.; **SILVA**, F. C. **Desenvolvimento e conservação no Estado de Rondônia**: uma análise a partir do institucionalismo de Douglass North. Papers do NAEA, Pará, 2011
- DIAS**, Reinaldo. **Marketing Ambiental**: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios. São Paulo, Atlas, 2009.
- ELKINGTON**, J. Cannibals with forks. Canada: New Society, 1999.
- PHILIPPI**, Luiz Sérgio. A Construção do Desenvolvimento Sustentável. 2. ed, [s.l.] 2001.
- SALES**, Tarsila Barreto; **CATARINO**, Anderson. Educação Ambiental Empresarial como Ferramenta na Gestão Ambiental. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <http://www.excelenciaemgestao.org/portals/2/documents/cneg7/anais/t11_0352_2183.pdf> Acesso em: 25 de fevereiro de 2014.
- WEBER**, P. S. A gestão ambiental na empresa. Ambiente Brasil – portal ambiental. Curitiba. In: Revista Sanare, v.12. jul-dez 1999. Disponível em: <http://ambientes.ambientebrasil.com.br/gestao/artigos/a_gestao_ambiental_na_empresa.html> Acesso em: 27 de maio de 2014

“A persistência é o menor caminho do êxito.”
Charles CHAPLIN