



GESTÃO AMBIENTAL: A IMPORTÂNCIA DA CONSCIENTIZAÇÃO DA RESPONSABILIDADE AMBIENTAL COMO BALIZADOR DO CONSUMO

Área temática: Gestão Ambiental & Sustentabilidade

Cândido Gusmão Carniel

Carniel_52@hotmail.com

(LATEC/UFF)

Resumo: *Este trabalho tem como objetivo principal contribuir para a fundamentação teórica e empírica da importância da gestão ambiental no Brasil, demonstrando métodos na parte teórica e utilizando exemplos bem sucedidos da aplicação dos mesmos em empresas brasileiras. Abordara a conscientização dos consumidores, representando um aumento na demanda por produtos eco eficientes o que vai além de produzir com sustentabilidade e eficiência, trata-se de agregar valores a mercadoria e a empresa e mesmo assim devera manter-se competitiva no mercado, resultando em novos nichos a serem explorados pelas empresas. Apresentara a estrutura das normas ISO 14001 , cujo o objetivo é a criação de normas reguladoras que buscam estabelecer um padrão a ser desenvolvido pelas empresas que desejam obter a classificação.*

Palavras-chaves: *Gestão ambiental; eco eficiência; qualidade; sustentabilidade.*

1. INTRODUÇÃO

O poder público buscou criar novas normas para incentivar a implantação e desenvolvimento de atividades com menores impactos sociais e ambientais, desenvolveu a agenda 21, para servir como uma referência as empresas.

O trabalho apresentara as normas ISO 14000 e 14001 que buscam qualificar e padronizar as mudanças nas empresas e certificando as empresas com o seu selo de qualidade que é utilizado mundialmente como referência em qualidade e confiança. Além da certificação ISO, existem outras que possuem validade num plano mais restrito ou mais mercadológico, muitas vezes denominadas "selo verde" ou "rotulo ecológico".

Apesar do desejo de algumas empresas em adotarem tecnologias que sejam eco eficientes, elas esbarram em alguns empecilhos que viabiliza a mudança. Como a estrutura física da empresa, é algo que dificilmente poderá sofrer modificações estruturais, outra dificuldade é o medo da mudança que assusta os associados. Algo que pode ser contornado com treinamento e cursos gerenciados para facilitar a implantação de uma gestão ambiental.

O desenvolvimento destas mudanças vai além de produzir com qualidade e sustentabilidade, busca-se agregar valores a mercadoria ou serviço perante os clientes, valorizando e promovendo a empresa. Com isso acarretou em uma invasão de produtos "verdes" no mercado, com o objetivo de atrair esses novos consumidores.

1.2 A IMPORTÂNCIA DA CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL

Na economia atual onde as fronteiras físicas não são mais obstáculos para o desenvolvimento das empresas, o mercado se tornou altamente competitivo. Com isso algumas empresas estão procurando se diferenciar no mercado e encontraram na gestão ambiental uma solução para se destacarem. O marketing ecológico não tem a atenção focada apenas nos clientes "verdes", já que a partir do séc. XX houve um aumento na demanda por produtos naturais ou que impactassem menos o meio ambiente, sua estratégia é a mais ampla pôs outros grupos podem influenciar na atuação da empresa, como grupos ambientais ou órgãos de fiscalização governamental, conforme Baker (2005, p.523)

"No caso dos profissionais do marketing, a pressão para abordar o desempenho ambiental dos produtos que gerenciam pode se originar por parte de clientes externos ou de exigências da regulamentação, ou pode refletir requisitos internos de perseguir a sustentabilidade como uma meta corporativa".

Conforme Barbieri, a expressão gestão ambiental aplica-se a uma grande variedade de iniciativas

relativas a qualquer tipo de problema ambiental. Onde para se implementar um sistema de gestão ambiental deverá incluir no mínimo três dimensões: a dimensão espacial, área onde será realizado o trabalho; a dimensão temática onde delimita as questões ambientais as quais as ações se destinam; e a dimensão institucional relativa ao agente que tomara as iniciativas de gestão.

Com isso a gestão ambiental deve estar presente em todos os setores da empresa e ser de consciência de todos os envolvidos para que possa alcançar os resultados esperados. Segundo Elkington e Burke (1989, apud. DONAIRE, p.50), para aplicar a gestão ambiental com qualidade é necessário seguir os dez passos.

- 1- Desenvolva e publique uma política ambiental;
- 2- Estabeleça metas e continue a avaliar os ganhos;
- 3- Defina claramente as responsabilidades ambientais de cada uma das áreas e do pessoal administrativo;
- 4- Divulgue interna e externamente a política, os objetivos e metas e as responsabilidades;
- 5- Obtenha recursos adequados;
- 6- Eduque e treine seu pessoal e informe os consumidores e a comunidade;
- 7- Acompanhe a evolução da empresa e faça auditorias e relatórios;
- 8- Acompanhe a evolução da discussão sobre a questão ambiental;
- 9- Contribua para os programas ambientais da comunidade e invista em pesquisa e desenvolvimento aplicado à área ambiental;
- 10- Ajude a conciliar os diferentes interesses existentes entre todos os envolvidos: empresa, consumidores, acionistas etc.

Segundo Dias (2009, p.89), "gestão ambiental é a expressão utilizada para se denominar a gestão empresarial que se orienta para evitar, na medida do possível, problemas para o meio ambiente". A gestão ambiental nas empresas esta vinculada a normas que são elaboradas por instituições publicas e privadas. Estas normas são referencias obrigatórias para as empresas que pretendem implantar um sistema de gestão ambiental.

O sistema de gestão ambiental é o conjunto de responsabilidades organizacionais, procedimentos, processos e meios que se adotam para a implantação de uma política ambiental em determinada empresa ou unidade produtiva. Esse sistema de gestão é o método empregado para levar uma organização a atingir e manter-se em funcionamento de acordo com as normas estabelecidas, bem como para alcançar os objetivos definidos em sua política ambiental.

1.3 OBJETIVOS DO ESTUDO

1.3.1 Objetivo Geral

No Brasil a gestão ambiental, ainda não é uma prática muito comum dentro das organizações, o estudo fomenta a implantação de uma política ambiental bem adaptada a situação de cada organização. Uma política ambiental bem desenvolvida é um caminho para a implantação de um sistema de gestão ambiental, pôde-se usar as normas nacionais ou internacionais para alcançar a gestão da qualidade ambiental. Com a implantação e certificação da organização ela consegue destaque no mercado perante aos concorrentes que não atende às normas, com isso ela consegue alcançar aqueles consumidores que buscam consumir produtos ou serviços de empresas com consciência ambiental.

2. RESPONSABILIDADE COM A CAUSA AMBIENTAL

A inclusão da proteção do ambiente entre os objetivos da administração amplia substancialmente o conceito de administração. Estas práticas difundiram-se rapidamente e desenvolveram-se então sistemas abrangentes de administração de cunho ecológico. O mais bem sucedido desses programas foi o: Sistema integrado de administração com consciência ecológica, criado por Georg Winter, hoje conhecido como o “modelo de Winter”.

O modelo de Winter (1987) inclui o uso estratégico de instrumentos tradicionais de administração para fins ecológicos. Assim, os administradores de orientação ecológica usam os canais de comunicação, bem como sua influência nas câmaras de comércio e organizações de classe. A eficácia das equipes de administração, treinadas e experientes em fixar metas e fazer com que sejam atingidas, é estendida ao contexto ambiental. A criatividade dos empregados pode ser mobilizada para as atividades ecológicas, por meio de programas de sugestões.

As federações comerciais de São Paulo e do Rio de Janeiro disponibilizaram nos sites delas um sistema para facilitar as trocas, chamando de bolsa de resíduos em São Paulo e troca ambiental no Rio de Janeiro, aonde, por meio de um cadastro, os empresários podem divulgar gratuitamente os resíduos de sua empresa e localizar diversas ofertas de compras e venda de resíduos.

No Rio de Janeiro a FIRJAN oferece para as empresas acesso à informação especializada e acessória técnica na área de meio ambiente, estimulando a conscientização e a aplicação de recursos destinados à proteção ambiental e a elevação da qualidade de vida dos trabalhadores e da sociedade.

A responsabilidade ambiental está contida dentro da responsabilidade social empresarial, e deve ser entendida como parte integrante desta, nunca de forma isolada. Quando se discute responsabilidade ambiental, está deve ser entendida como o conjunto de ações realizadas além das exigências legais, ou daquelas que estão inseridas num contexto de eficiência profissional ou de área de atuação. A

responsabilidade ambiental empresarial se constituiu em ações que extrapolam a obrigação, assumindo mais um conteúdo voluntário de participação em fóruns, iniciativas, programas e propostas que visem manter o meio ambiente natural livre de contaminação e saudável para ser usufruído pelas futuras gerações.

3. AGENDA 21

A conferência das nações unidas sobre o meio ambiente e desenvolvimento (CNUMAD), também conhecida como cúpula da Terra, ou Eco-92, foi realizada no Rio de Janeiro em 1992, com representantes de 179 países que discutiram durante 14 dias os problemas ambientais globais e estabeleceram o desenvolvimento sustentável como uma das metas a serem alcançadas pelos governos e sociedade como um todo. Essa conferência resultou em cinco documentos básicos: a declaração do Rio de Janeiro sobre meio ambiente e desenvolvimento; a declaração de princípios para a gestão sustentável das florestas; o convênio sobre a diversidade biológica; o convênio sobre as mudanças climáticas; e o programa das nações unidas para o século XXI, mais conhecido como agenda 21.

De todos, a agenda 21 é o mais abrangente e constitui um programa internacional que estabelece parâmetros para que se obtenha o desenvolvimento sustentável nas suas vertentes econômica, social e ambiental.

A agenda 21 brasileira é um processo e instrumento de planejamento participativo para o desenvolvimento sustentável e que tem como eixo central a sustentabilidade, compatibilizando a conservação ambiental, a justiça social e o crescimento econômico. Trata-se de um instrumento fundamental para a construção da democracia ativa e da cidadania participativa do país. Portanto, a agenda 21, que tem provado ser um guia eficiente para processos de união da sociedade, compreensão dos conceitos da cidadania, é hoje um grande instrumento de formação de políticas públicas do Brasil.

4. SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL

Sistema é um conjunto de partes inter-relacionadas e sistema de gestão ambiental é um conjunto de atividades administrativas e operacionais inter-relacionadas para abordar os problemas ambientais atuais ou para evitar o seu surgimento. Um sistema de gestão ambiental requer a formulação de diretrizes, definição de objetivos, coordenação de atividade e avaliação de resultados.

A empresa pode criar seu próprio sistema ou adotar um dos modelos genéricos propostos por outras

entidades nacionais ou internacionais. O básico de um sistema de gestão ambiental é contribuir para que a empresa atue conforme a legislação num primeiro momento, mas com o compromisso de promover melhorias que a levem gradualmente a superar as exigências legais.

4.1 O SISTEMA SUGERIDO PELA CÂMARA DE COMÉRCIO INTERNACIONAL

A *international chamber of commerce* (ICC), é uma organização não governamental, que vem atuando desde 1940 com uma ampla gama de atividades com a organização das nações unidas (ONU), a organização mundial do comércio (OMC), entre outros organismos intergovernamentais.

Conforme a ICC, o sistema de gestão ambiental (SGA), é uma estrutura ou método para alcançar um desempenho sustentável em relação aos objetivos estabelecidos e atender as constantes mudanças na regulamentação, nos riscos ambientais e nas pressões sociais, financeira, econômica e competitiva. O SGA objetiva: (1) assegurar a conformidade com as leis locais e internacionais; (2) estabelecer políticas internas e procedimentos para que a organização alcance os objetivos ambientais propostos; (3) identificar e administrar os riscos empresariais resultantes dos riscos ambientais; (4) identificar o nível de recursos e de pessoal apropriado aos riscos e aos objetivos ambientais, garantindo sua disponibilidade quando e onde forem necessários.

O sistema proposto pela ICC é um composto de processos gerenciais (planejamento, organização, implementação e controle), integrado a gestão empresarial mediante uma política ambiental formulada pela própria empresa e coerente com sua política. As políticas são diretrizes para a tomada de decisão, que se expressam por padrões de decisão estabelecidos informalmente. Um sistema de gestão ambiental exige que a política ambiental seja explicada em documentos da empresa.

O *Brazilian chamber of commerce and industry* (BCCI), é um braço da ICC, que emite o certificado de origem (C.O.) atestando a origem da mercadoria do país exportador, bem como especifica as normas negociadas nos acordos comerciais entre Brasil e outros países.

Segundo o ministério do desenvolvimento, indústria e comércio exterior, o certificado de origem é o documento que atesta a origem da mercadoria, ou seja, é um documento que assegura que a mercadoria foi elaborada utilizando os critérios de produção previamente estabelecidos. Portanto, é um documento que garante vantagens comerciais em preferências tarifárias e negociação em acordos comerciais.

5. NORMAS ISO

A ISO é uma organização internacional com sua sede em Genebra, na Suíça, cujo objetivo é a criação de normas reguladoras que buscam estabelecer um padrão. Na gestão ambiental, essas normas estão estabelecidas na série ISO 14000. Sendo o ISO 14001 o responsável pela implantação de um sistema de gestão ambiental. Descrita pela associação brasileira de normas técnicas (ABNT) como uma norma que especifica os requisitos para um sistema de gestão ambiental que uma organização pode usar para aumentar seu desempenho ambiental. Esta norma é destinada ao uso por uma organização que busca gerenciar suas responsabilidades ambientais de uma forma sistemática, que contribua para o pilar ambiental da sustentabilidade.

A qualificação obtida pelo selo do ISO é um grande diferencial de mercado, destacando a responsabilidade social da empresa perante as demais concorrentes. Com a implantação das normas da ISO 14000, a empresa tem uma oportunidade de repensar os seus processos e reduzir consequentemente os custos. O objetivo da ISO 14000 segundo Robles e Bonelli (2009, p.30) “O objetivo da ISO 14000 é fornecer assistência para as organizações na implantação ou no aprimoramento de um sistema de gestão ambiental”. Ela é considerada com a meta de desenvolvimento sustentável e é compatível com diferentes estruturas culturais, sociais e organizacionais.

A concessão da certificação ISO 14000 não atesta o desempenho da empresa para o consumidor nem a sua eficácia de mercado, apenas aponta para a aprovação de determinados requisitos que um sistema de gestão ambiental se dispõe a cumprir.

A ISO 14004 descreve as diretrizes gerais sobre os princípios, os sistemas e as técnicas de apoio ao sistema de gestão ambiental, conforme Dias (2009, p.95),

“A ISO 14004 destaca que pode ajudar uma organização a transmitir confiança às partes interessadas de que existe comprometimento da administração para atender às disposições de sua política - objetivo e metas - é dada maior ênfase à prevenção do que a as ações corretivas.”

Segundo Barbieri (2008), a política ambiental da empresa deverá desenvolver e estabelecer níveis de desempenho ambiental requeridos pela organização, pelos quais todas as ações serão julgadas. A abordagem para analisar os impactos ambientais deverá seguir recomendações como:

- Impactos positivos e negativos;
- Impactos potenciais e reais;
- As partes do meio ambiente que podem ser afetadas, como ar, água, solo, fauna, flora e patrimônio cultural;

- As características da localização que podem afetar o impacto, como condições meteorológicas locais, altura do lençol freático e tipo de solo;
- A natureza das alterações ambientais.

Desde modo, a norma ISO 14000, embora bastante detalhada na exigência dos procedimentos que devem ser adotados para a implantação de um SGA, não estabelece metas e pode ser adotada por empresas de qualquer tipo e tamanho.

Entre os benefícios que podem ser obtidos pelas empresas, ao adotarem um SGA, destaca-se a possibilidade de transmitir confiança às partes, assim como: o comprometimento da administração para atender sua política, objetivo e metas, o enfoque na prevenção do que as ações corretivas e concepção de um sistema incorporado ao processo de melhoria.

Para a implementação e operação da ISO 14000, deve definir-se uma estrutura que arque com a responsabilidade da documentação e comunicação de funções e responsabilidades com o cunho de facilitar a gestão. Deve-se atentar ao treinamento, identificando falhas e necessidades para conscientização de todas as partes envolvidas. Estabelecer uma comunicação dos procedimentos a respeito dos aspectos ambientais. Documentar o sistema de gestão ambiental para a manutenção do sistema é o controle dos documentos deve ser regido conforme a norma. Sugere um controle operacional identificando as operações e atividades associadas aos aspectos ambientais relacionados à sua política. Estabelecer um programa de preparação e atendimento de emergência, um programa que atenda e identifique potências acidentadas e situações de emergência.

A gravura a seguir demonstra as etapas da implantação da ISO 14001: 2015, para as empresas já certificadas na ISO 14001:2004.

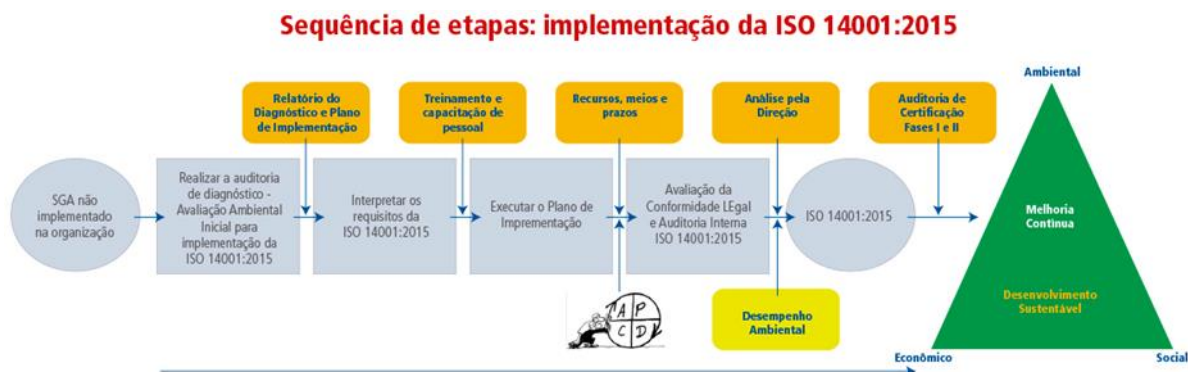


Figura 1: Sequencia de atividades realizadas para a implementação da norma ISO14001:2015. **FONTE?**

6. COMUNICAÇÃO AMBIENTAL

Atualmente, é muito comum observar nas prateleiras mercados, vários produtos com rótulos relatando a procedência ecológica desses produtos. Porém com tanto alarde alguns consumidores podem indagar-se sobre a verdadeira procedência dessas mercadorias, pois não possui meios de saber se as empresas realmente cumprem com o que afirmam no anúncio.

Para evitar esse ressentimento por parte de alguns consumidores, criou-se a comunicação ambiental empresarial, que busca diminuir essas distâncias entre o cliente e a empresa, dando garantia da procedência dos seus produtos. Segundo Reinaldo Dias (2009, p. 151). "A idoneidade da certificação é obtida por ser um procedimento voluntário, pelo qual uma organização assegura através de documentos ou rotulagem que um produto, processo ou serviço cumpre com as exigências ambientais."

As certificações e rotulagens estão se tornando uma garantia aos consumidores sobre a realidade e declaração ambiental dos produtos, o que é bom para o consumidor, que assim tem a certeza de ter adquirido um produto ou serviço saudável para o meio ambiente, também é uma vantagem para as empresas, a certificação é um diferencial de mercado perante as concorrentes.

Segundo Gonzaga (2005, p.360) o marketing de diferenciação ambiental de produtos passou a ser estrategicamente fundamental para o setor florestal, em especial para o setor madeireiro, pois embora as vantagens ambientais sejam evidentes em relação a seus substitutos (metais ferrosos, minerais e produtos petroquímicos), a vantagem competitiva do setor depende da imagem do bom uso da floresta. Desta forma pôde-se dizer que não basta que o recurso seja renovável, ele deve ser utilizado racionalmente e este uso racional precisa ser verificado e atestado.

Atualmente, um dos mais importantes padrões para certificação florestal, em nível mundial, consiste nos princípios e critérios do Forest Stewardship Council – FSC. O FSC foi fundado em 1993, sendo uma organização internacional independente, formada por representantes do movimento ambiental, pesquisadores, produtores de madeira, comerciantes de produtos florestais e populações tradicionais. Por meio de um processo participativo, o FSC estabeleceu princípios e critérios para a certificação voluntária do "bom manejo florestal", ou seja, o manejo florestal ambientalmente adequado, socialmente benéfico e economicamente viável (NARDELLI E GRIFFITH, 2003, p. 857).

Uma tendência atual das iniciativas voluntárias em termos de comunicação externa é a de propor relatórios que incluam questões ambientais, sociais, econômicas e outras relacionadas. Esses relatórios externos tratam da sustentabilidade, nos quais questões ambientais constituem um dos componentes. O conteúdo desses relatórios inclui informações sobre as práticas e os resultados alcançados nas áreas do meio ambiente, geração de empregos, arrecadação de impostos, eliminação

da discriminação no trabalho, apoio à educação e outras questões relacionadas.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo apresentado abordou a visão de muitas empresas que ainda agem de maneira reativa e não preventiva as questões relacionadas à prevenção do meio ambiente, cabendo à sociedade continuar e intensificar seu senso e comportamento crítico através das exigências por ações ambientais corretas por parte das organizações.

Utilizando-se, para isso, dentre outras ferramentas, do seu poder de compra e barganha, para que a questão ambiental sustentável deixe de ser apenas um requisito para a competitividade, para se tornar atividade fundamental.

Tratou de salientar no decorrer do trabalho o espírito de responsabilidade socioambiental que precisa estar contido na cultura e costumes da organização, necessitando da participação de todos para isso, desde a alta administração ao nível operacional, bem como dos agentes da cadeia produtiva e da comunidade. Outro fator é que esse espírito deve ser trabalhado a favor da sustentabilidade da organização e não somente como ferramenta de marketing.

Esse nível de maturidade não é alcançado em curto prazo, faz-se necessário determinado tempo e empenho organizacional. Pois, existem fases a serem desenvolvidas pelas organizações como educação ambiental corporativa, desenvolvimento e implantação de um programa ambiental eficaz e o desenvolvimento de produtos ambientalmente adequados. Por isso, é necessária a mudança de postura de muitos gestores, ou seja, deixarem de agir em prol de resultados de curto prazo, para se preocupar-se com o futuro, deixando de considerar as ações a favor do meio ambiente e da sustentabilidade como custos, passando a encara-las como investimentos de médio e longo prazo.

No decorrer do trabalho foi discutido que alcançar um nível de maturidade socioambiental, praticar ações voluntariamente é disseminar a conscientização ambiental são fatores imprescindíveis a serem buscados pelas organizações que almejam a sustentabilidade, assim como necessários à prevenção do ambiente, para que a próximas gerações também tenham direito a condições de vida favoráveis.

Referências:

- BAKER, Michael J. ARMSTRONG, GARY. **Introdução ao marketing**. Livro técnico e científico editora S.A. 1999
- BAKER, Michael J. **Administração de marketing**. Elsevier, 2005
- BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial**. Saraiva, 2007.
- DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental**. Atlas, 2009.
- DONAIRE, Dênis. **Gestão ambiental na empresa**. Atlas, 2009.
- FILHO, Gino G. **Ecopropaganda**. SENAC, 2004
- FIESP – Federação das indústrias do estado de São Paulo; disponível em <http://apps.fiesp.com.br/bolsaresiduos/> acessado em 20/04/2016.
- FIRJAN – Federação das indústrias do Rio de Janeiro ; disponível em <http://www.firjan.org.br/main.jsp?lumchannelId=402880811f2788c4011f27d400200c90> acessado em 20/04/2016
- MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE ; disponível em <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21> acessado em 23/04/2016
- ISOVIRTUAL; disponível em <http://www.iso140012015.com.br/topicos.aspx> acessado em 25/04/2016