



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO**

JOEFERSON DELFINO DA SILVA

**ANÁLISE DAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS DA EMPRESA
ENERGISA NA VISÃO DOS CONSUMIDORES DA CIDADE DE
CAMPINA GRANDE.**

CAMPINA GRANDE - PB

2016

JOEFERSON DELFINO DA SILVA

**ANÁLISE DAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS DA EMPRESA
ENERGISA NA VISÃO DOS CONSUMIDORES DA CIDADE DE
CAMPINA GRANDE.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Administração.

CAMPINA GRANDE - PB

2016

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

S586a Silva, Joeferson Delfino da
Análise das práticas sustentáveis da empresa Energisa na
visão dos consumidores na cidade de Campina Grande.
[manuscrito] / Joeferson Delfino da Silva. - 2016.
27 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Sociais Aplicadas, 2016.

"Orientação: Profa. Dra. Waleska Silveira Lira,
Administração e Economia".

1.Impacto Ambiental. 2.Práticas Sustentáveis. 2. Coleta
Seletiva. 4.Sustentabilidade corporativa. I. Título.

21. ed. CDD 658.408

JOEFERSON DELFINO DA SILVA

**ANÁLISE DAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS DA EMPRESA
ENERGISA NA VISÃO DOS CONSUMIDORES DA CIDADE DE
CAMPINA GRANDE.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Administração.

Aprovado em 19 de 04 2016.

BANCA EXAMINADORA

Waleska Silveira Lira

Prof.^a. Waleska Silveira Lira (UEPB)

Orientadora

Yeda Silveira Martins

Prof.^a. Yeda Silveira Martins (UEPB)

Examinadora

Suzanne Érica Nóbrega Correia

Prof.^a. Suzanne Érica Nóbrega Correia (UFCG)

Examinadora

CAMPINA GRANDE – PB

2016

Análise Das Práticas Sustentáveis da Empresa Energisa Na Visão Dos Consumidores Da Cidade De Campina Grande.

Joeferson Delfino da Silva
Orientadora: Waleska Silveira Lira

Resumo

Atualmente o mundo vem passando por grandes transformações climáticas modificando toda a área territorial, com reações provocadas pela ação dos seres humanos e das mudanças climáticas. A partir da conscientização ambiental, é preciso entender quais as práticas de sustentabilidade estão sendo aplicadas na sociedade. Desta forma, a empresa Energisa, desenvolveu um projeto em 2010, através de uma prática sustentável, que consiste na troca de resíduos recicláveis por créditos na conta de energia. Este estudo tem o objetivo de analisar o programa coleta seletiva desenvolvido pela empresa Energisa na visão dos consumidores na cidade de Campina Grande-PB. Para isso optou-se por uma pesquisa com características exploratória, descritiva e quantitativa, com a aplicação de questionários com 110 usuários. Os resultados revelam que, a necessidade de colocar em prática projetos socioambientais nas organizações, e no meio social, é de grande importância. Conclui-se que o programa coleta seletiva contribui para a conscientização e o aumento da participação dos seres humanos na diminuição dos impactos ambientais.

Palavras Chaves: Impacto Ambiental; Práticas Sustentáveis; Coleta Seletiva.

Introdução

Atualmente o termo sustentabilidade é um dos desafios para a sociedade neste século XXI. Considerando que manter o equilíbrio, entre as questões ambientais, econômicas, e sociais, tornou-se exigência na forma como o ser humano e as empresas devem se atuar no mercado e na vida cotidiana. O desafio de tentar resolver os impactos ambientais procurando maneiras de como solucionar esses problemas causados pelo mundo globalizado e suas tecnologias, desencadeou a necessidade de implantação de técnicas sustentáveis no dia-a-dia dos consumidores e das organizações. Dahl(2007), Vargas (2002), Székely e Knirsch (2005), Costa e Visconti (2000), Linnanen e Panapanaan (2002), Silva (2009) apresentaram ferramentas capazes de mensurar a sustentabilidade e sua aplicação na comunidade e nas organizações.

As organizações para se manterem sustentáveis precisam incorporar programas que minimizem os impactos ambientais bem como busquem conscientizar a população através de ações de responsabilidade social.

A exemplo energisa vem atuando nesse contexto através do programa de coleta seletiva, Energisa Cidadã/Conta Cidadã, que através dessa prática, são coletados grandes números de coleta de lixos recicláveis, onde são implantados pontos estratégicos de coleta seletiva nos bairros da cidade de Campina Grande.

Este estudo teve como base teórica de Linnanen e Panapanaan (2002), Vargas (2002), Dahl (2007), Samson (2009), Butzkeet (2001), Singer (2002), Rogério(2010), e Székely e Knirsch (2005).

No entanto é preciso verificar se a população de Campina Grande tem conhecimento da atuação do programa no sentido de que o mesmo vem contribuindo para elevar o nível de desenvolvimento sustentável da cidade.

Diante do exposto questiona-se quais as práticas de sustentabilidade desenvolvidas pela Energisa a partir do programa coleta seletiva na visão dos consumidores da cidade de Campina Grande?

O estudo tem o objetivo analisar as práticas da sustentabilidade da empresa energisa especificamente pelo programa coleta seletiva na visão dos consumidores.

Este artigo está organizado em três partes. Na primeira, procuramos refletir sobre os valores voltados a sustentabilidade, e qual o papel da sustentabilidade na sociedade global. Na segunda apresentamos com clareza, como a sustentabilidade corporativa, pode ajudar as organizações, e qual o seu objetivo na vida de uma empresa organizacional. Na terceira, apresentamos os principais resultados da análise, através de um estudo realizado com a população e os consumidores da cidade de Campina Grande – PB, desenvolvida pela pesquisa de campo, a respeito da visão de praticas sustentáveis, desenvolvida pela empresa Energisa.

2.Referencial Teórico

2.1Sustentabilidade

Nos últimos tempos, a sustentabilidade vem sendo um tema recente, bastante discutido, que se ramificam em vários discursos, podendo ser políticos, sociais, econômicos ou culturais, sabendo que o termo sustentabilidade pode ser definido

como valores conscientes e uma redefinição dos valores da sociedade, ela assume um papel central, tomando a atenção da diversidade global e local.

Na sociedade contemporânea, são grandes as quantidades e a gravidade de impactos causados pela humanidade ocasionando a degradação ambiental. E a sustentabilidade surge com o interesse de viabilizar uma nova forma de estratégia para tentar equilibrar o meio ambiente, a ação do homem, e suas limitações, através do desenvolvimento sustentável na gestão local.

De acordo com Vargas (2002, p. 227), o pensamento de sustentabilidade transparece “[...] a idéia de que a crise ambiental nada mais é do que resultado de um determinado padrão de produção e consumo dos países desenvolvidos, sobretudo”. A reflexão que pode ser feita da crise ambiental, é que o mundo globalizado e tecnológico, leva o indivíduo a viver um modelo de vida consumindo recursos naturais, sem pensar no equilíbrio ambiental.

De acordo com Dahl (2007, p. 28), o termo desenvolvimento sustentável é um conceito carregado de valores, que apresenta uma forte relação entre os princípios, a ética, as crenças e os valores que fundamentam uma sociedade ou comunidade e sua concepção do que é sustentabilidade.

Quando se menciona desenvolvimento sustentável, uma vez que muitos utilizam o termo para designar a expectativa de que o país entre numa fase de crescimento que se mantenha ao longo do tempo, faz com que tal forma de desenvolvimento pressuponha a expansão econômica permanente, gerando melhoria nos indicadores sociais, além da preservação ambiental (ALTENFELDER, 2004, p. 08).

Já Székely e Knirsch (2005, p.16), fala que “a sustentabilidade está relacionada à construção de uma sociedade que apresente um bom equilíbrio entre objetivos econômicos, sociais e ambientais”. Quando há uma união entre a comunidade, o governo e o meio ambiente, tudo ao seu redor contribui para o crescimento ponderado da sustentabilidade.

O comportamento do ser humano se dar pelas suas decisões, crenças, e atitudes do que de fato, entende - se por sustentabilidade.

Com a atenção e o foco voltados para o futuro, as empresas por sua vez precisam se destacar com o uso de estratégias sem agredir o meio ambiental, mas, atentos para a responsabilidade social. Sabendo que as empresas deve se preocupar não apenas com a parte econômica, mas também como a responsabilidade social e o meio ambiente, pode-se procurar vantagens para se destacar.

Essa vantagem contará como um diferencial competitivo no meio de tantas outras mostrando que as empresas fazem parte da sociedade. Dessa maneira podemos destacar a sustentabilidade corporativa como um caminho a se traçar para o futuro.

2.2 Sustentabilidade Corporativa

A sustentabilidade Corporativa está intimamente ligada com o século 21, sua presença e seu discurso se tornam indispensável nos dias atuais. E serão através dos valores e princípios composto pela organização que a sustentabilidade poderá incorporar na vida de uma empresa. Ela surge com o objetivo de ensinar e orientar as empresas, qual o seu papel e sua responsabilidade sustentável empresarial, utilizando sempre estratégias que possibilite a importância e clareza da sustentabilidade dentro da organização.

Esse objetivo requer uma visão ampla que integre todas as dimensões e setores que fazem parte da empresa para que todos possam entender os critérios e as metas a ser alcançada. Segundo Costa e Visconti (2000, p. 23), a responsabilidade social está relacionada com a gestão de empresas em situações cada vez mais complexas, nas quais questões ambientais e sociais estão se tornando cada vez mais importantes para assegurar o sucesso e a sustentabilidade dos negócios.

A partir desse preceito a sustentabilidade corporativa surge como tentativa de normalizar em um estado natural com finalidade de serem ecologicamente correta, utilizando de táticas sustentáveis, ferramentas que possibilite ser economicamente correta e possa aplicar a redução de desgastes ambientais, fazendo com que a empresa se torne mais sustentável, e alimentando um comportamento responsável entre os grupos de empregados, fornecedores, e clientes.

Assim as empresas que aderissem a esse tipo de prática estariam mais preparadas para enfrentar qualquer tipo de risco, sejam eles econômicos sociais e ambientais.

De acordo com Silva et al. (2009, p. 17), o conceito de sustentabilidade representa para o setor empresarial uma nova abordagem de se fazer negócios que promove a responsabilidade social e reduz o uso de recursos naturais, reduzindo,

conseqüentemente, os impactos negativos sobre o meio ambiente e preservando a integridade do planeta para futuras gerações, sem deixar de lado a rentabilidade econômico-financeira do empreendimento.

Já Linnanen e Panapanaan (2002, p.307), e também Wempe e Kaptein (2002, p.307) consideram a sustentabilidade corporativa como sendo o objetivo final e a responsabilidade social corporativa como um estágio intermediário em que as empresas tentam equilibrar o tripé da sustentabilidade, que seria responsabilidade, social, econômica, e ambiental. Com isso a sustentabilidade corporativa desenvolve grandes valores para as empresas, no âmbito social e ambiental, e financeiro, que pode se tornar o marco do sucesso dentro da organização.

A partir das três dimensões clássicas como econômicas sociais, e ambientais da sustentabilidade, foram selecionadas três modelos de sustentabilidade corporativa, utilizados no ambiente empresarial, são eles:

2.2.1 Global Reporting Initiative – GRI

O modelo foi criado pela Global Reporting Initiative, organização internacional com sede em Amsterdã, tendo como missão desenvolver e mostrar quais as diretrizes e indicadores de sustentabilidade para que sejam elaborados os relatórios.

Dimensão	Critério	Ponderação
Economia	Governança corporativa	6,0
	Gestão de riscos e crise	6,0
	Código de Conduta	6,0
	Critérios específicos da indústria	-
Ambiental	Relatório Ambiental	3,0
	Critério específico da indústria	-
Social	Práticas Trabalhistas	5,0
	Desenvolvimento de capital humano	
	Atração e retenção de talentos	5,5
	Cidadania corporativa	5,5
	Relatório Social	3,0
	Critério específico da indústria	3,0
		-

Quadro: 01 Global Reporting Initiative.

Fonte: Dow Jones Sustainability Index, 2009.

Mais um exemplo de sustentabilidade corporativa é o Índice Bovespa de Sustentabilidade empresarial (ISE), criado em 2005, tendo como critérios definidos pela literatura de sustentabilidade corporativa: (i) informação ao público; (ii) comparabilidade; (iii) auditabilidade/rastreabilidade; (iv) abrangência; e (v) temporalidade. O conceito base do ISE é o Triple Bottom Line (TBL), criado pela

empresa de consultoria inglesa SustainAbility, que avalia elementos econômico-financeiros, sociais e ambientais de forma integrada (BOVESPA, 2005).

Na década de 1990, Carroll (1999) traça uma linha histórica sobre a evolução do conceito de RSE. O estudo mostra que na literatura de negócios, os conceitos são os mesmos. Porém, a evolução se dá diante da forma como as questões sociais são tratadas, e nas diferentes práticas de RSE, devido à evolução da sociedade como um todo, e sabendo que a evolução da empresa deve acompanhar a evolução da sociedade também, Carroll apresentando seu modelo integrado em três dimensões a partir da RSE.

2.2.2 Modelo de Carroll

Archie Carroll, em 1979, definiu que a responsabilidade social empresarial abrange a expectativa econômica, legal, ética e discricionária (filantrópica) que a sociedade tem da organização em um determinado momento no tempo (CARROLL; BUCHHOLTZ, 2006, p.35). O desenvolvimento e validação deste estudo foram fundamentais na construção do modelo piramidal de Responsabilidade Social empresarial de Carroll (1979), o qual se baseia em quatro componentes: (1) econômica, (2) legal, (3) ética e (4) discricionária (ou filantrópica). Estas componentes caracterizam-se pelo seguinte:

(1) Responsabilidade econômica: localiza-se na base da pirâmide, pois é a principal face de responsabilidade social encontrada nas empresas, sendo os lucros a maior razão pela qual as empresas existem. Ter responsabilidade econômica significa produzir bens e serviços de que a sociedade necessita, a um preço que possa garantir a continuação das actividades da empresa, de forma a satisfazer as suas obrigações com os investidores e maximizar os lucros para os seus proprietários e accionistas. Segundo Friedman (1984), esta abordagem significa que o ganho económico é a única responsabilidade social.

(2) Responsabilidade legal: define o que a sociedade considera importante com respeito ao comportamento adequado da empresa. Ou seja, espera-se das empresas que atendam às metas económicas dentro da estrutura legal e das exigências legais, que são impostas pelos conselhos locais das cidades, assembleias legislativas estatais e agências de regulamentação do governo. No

mínimo, espera-se que as empresas sejam responsáveis pela observância das leis municipais e estatais, por parte dos seus empregados.

(3) Responsabilidade ética: inclui comportamentos ou actividades que a sociedade espera das empresas, mas que não são necessariamente codificados na lei e podem não servir os interesses económicos directos da empresa. O comportamento antiético, que ocorre quando decisões permitem a um indivíduo ou empresa obter ganhos à custa da sociedade, deve ser eliminado. Para serem éticos, os tomadores de decisão das empresas devem agir com integridade, justiça e imparcialidade, além de respeitar os direitos individuais.

(4) Responsabilidade discricionária ou filantrópica: é puramente voluntária e orientada pelo desejo da empresa em fazer uma contribuição social não imposta pela economia, pela lei ou pela ética. A actividade discricionária inclui: fazer doações a entidades de beneficiação social; contribuir financeiramente para projectos comunitários ou para instituições de voluntariado, que não oferecem retornos para a empresa e nem mesmo são esperados.

A figura 2 ilustra o modelo de responsabilidade proposto por Carroll (1979, 1991) referido anteriormente na forma de pirâmide.

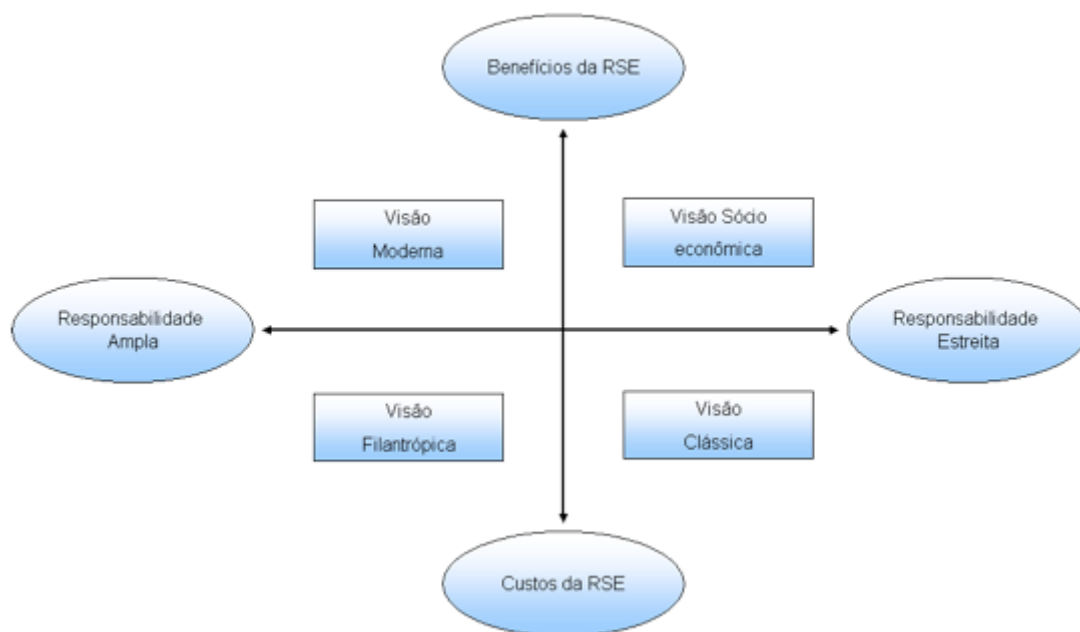


Figura 2– Pirâmide de RSE (Fonte: Carroll, 1991:42)

2.2.3 O MODELO DE DUAS DIMENSÕES DE QUAZI E O'BRIEN

Numa abordagem mais recente, Quazi e O'Brien (2000) assinalam que os modelos de Responsabilidade Social Empresarial foram ao longo do tempo examinados sob duas perspectivas: a primeira, se os negócios têm a função única de maximizar lucros, e a segunda, ou multidimensional, se os negócios devem servir aos interesses da sociedade.

O modelo proposto por Quazi e O'Brien apresentado a seguir na Figura 3, representa desde a visão restrita à ampliada da responsabilidade social e justifica-se, segundo os autores, por que os gestores estão sempre decidindo sobre a rede de benefícios e de custos que deve ou pode ser criada a partir do exercício da responsabilidade social.



Fonte: Quazi; O'brien (2000).

Figura 4: Modelo de duas dimensões da SER.

O modelo de duas dimensões é representado pelos eixos: horizontal (primeira dimensão) representa os extremos das visões sobre responsabilidade; vertical (segunda 4 dimensão) retrata os extremos das percepções sobre as conseqüências das ações sociais em termos de custos e benefícios para as empresas.

Na primeira dimensão, o ponto extremo direito indica a visão restrita da responsabilidade social, onde a responsabilidade dos negócios é percebida em termos de prover resultados e maximizar lucros, ou seja, a responsabilidade dos negócios é percebida da maneira clássica, e a ênfase é a maximização dos lucros em curto prazo e legislação fixa os limites da atuação; o ponto extremo esquerdo representa a visão ampliada da RSE, com as empresas respondendo e provendo às expectativas da sociedade, em áreas como proteção ambiental, desenvolvimento comunitário e conservação de recursos e filantropia, estendendo os seus compromissos para além da regulação.

Na segunda dimensão, os dois extremos representam: o inferior, o lado negativo do envolvimento social para a empresa, na medida em que caracteriza a criação de uma rede de custos, e o lado positivo, o extremo superior, com o envolvimento social criando uma rede de benefícios para a própria empresa envolvida.

Assim, afirmam os autores, o paradigma ou modelo proposto apresenta quatro distintos quadrantes identificados como a visão clássica, a visão socioeconômica, a visão moderna e a visão filantrópica que caracterizam as ações de responsabilidade social empresarial (Quazi e O'Brien 1997, 2000).

A visão clássica da responsabilidade social empresarial está apoiada na ideia de que o envolvimento social representa custos adicionais para as empresas e de que as mesmas serão avaliadas por critérios associados à eficiência de suas operações. Já a visão socioeconômica, representando ainda uma visão limitada da responsabilidade social, admite que adotando algum nível de RSE, a empresa criará uma rede de benefícios, podendo evitar algum tipo de regulamentação.

Em sentido oposto, o quadrante da visão moderna, privilegia a ideia de que as empresas devem manter relação com a matriz social, especialmente os stakeholders, e que a rede de benefícios criada a partir das ações de RSE, trazem resultado a curto e longo prazos.

2.2.4 COLETA SELETIVA COMO AÇÃO DE RSE

O termo coleta seletiva como uma ação de RSE surge com o intuito de viabilizar uma administração correta para os resíduos sólidos, possibilitando um

destino adequado para esses tipos de resíduos, como uma alternativa, para reduzir a quantidade de produtos recicláveis no lixo. Onde se trata de um grande desafio, por contar com a conscientização da população, que é parte fundamental no processo de reciclagem.

A separação desses resíduos começou a ganhar força a partir de um Decreto nº 5940, instituído em 2006, que constituía a obrigatoriedade da separação dos resíduos recicláveis descartados pelos órgãos e entidades. Onde várias empresas começam a assumir uma postura diferente, como a responsabilidade socioambiental a frente da reciclagem, e também como inclusão social. Buscando a construção de uma gestão sustentável, e uma sociedade, informada, sensibilizada, e educada para as questões socioambientais.

Isso possibilitou melhores condições para catadores de materiais recicláveis, viabilizando o contato entre o catador que trabalha com coleta seletiva, cooperativas, e empresas que disponibilizam políticas voltadas para a reciclagem, beneficiando milhares de famílias, buscando mudar conceitos e hábitos dessas famílias e das empresas envolvidas.

Contudo, Izabel Zanetti (1997, p. 14-15), fala que:

para reduzir o impacto no meio ambiente, tanto na acumulação do lixo, como no esgotamento das fontes de recursos naturais, começam os processos de reciclagem. Mas de nada adiantam campanhas para reciclar e programas de Coleta Seletiva de Lixo, se não fizermos um trabalho de internalização de novos hábitos e de atitudes para que, num futuro próximo, não haja mais lixo excessivo e a sua causa, o consumo desmedido, tenha sido controlada. (...) a reciclagem vai reduzir, em parte, a crise, mas não vai eliminá-la.

Ou seja, podemos entender que, quando existe a participação do cidadão, a possibilidade de se educar ambientalmente, se torna maior, gerando, mudanças, e atitudes tanto na sociedade, quanto no meio organizacional. Já que a responsabilidade social, venha a ser um conjunto dessas ações desenvolvida por toda e qualquer empresa, procurando trabalhar como um todo, onde envolve, colaboradores, fornecedores, e seus diversos públicos.

2.3 Práticas Sustentáveis desenvolvidos pela Empresa Energisa.

Esse tipo de prática da sustentabilidade surge como forma de indicador e auxílio a matérias primas recicláveis, podendo ser realizado por comunidades, catadores, empresas, cooperativas, e organizações. É a empresa Energisa por sua vez, através do Cidadã/Conta Cidadã, aplica essa prática em vários bairros e pontos estratégicos na cidade de Campina Grande, que foi criado como um projeto existente desde 2010, consistindo na troca de resíduos recicláveis por créditos na conta de energia, e o material coletado, buscando sempre o recolhimento e o reaproveitamento do material, que acaba tendo um destino correto.

O cliente recebe o cartão CONTA CIDADÃ, que deve ser apresentado sempre que for entregar os materiais, receberá também um boleto comprovando a diminuição da tarifa, e após trinta dias, no caso da próxima fatura, o desconto será efetuado. Não são apenas os clientes que possuem residências que pode participar, mas também comércios e empresas podem fazer parte, porém seus bônus devem ser convertidos a instituições filantrópicas.

É notório que são poucas as ações que são desenvolvidas voltadas para este tipo de atividade, e quando são realizadas são feitas por ONGs e cooperativas a favor desse trabalho, e que é de grande importância conscientizar a população incentivando e estimulando o envolvimento dessa prática para o território local e sua cidade.

A maneira de informar e orientar essa população são o que se torna um fator decisivo para que essa prática se popularize e venha a ser um hábito nas comunidades, no dia-a-dia de cada pessoa, e até mesmo nas organizações. Existem outros fatores que não deixam de ser importante e podem ajudar essa prática a ganhar força e reconhecimento, como a formalização de associações, os números de políticas que envolvem a coleta seletiva, a realidade local, o Marketing do programa de coleta seletiva, e como esta sendo desenvolvidos, todos esses pontos tem grande influência.

Contudo existe a situação dos catadores que por muitas vezes são esquecidos, da mesma forma que o lixo, e que trabalham para manter uma renda para o sustento diário através pela coleta seletiva. A situação dos catadores torna-se extremamente complicada quando a atividade é feita de modo individual e isolado,

ou seja, longe de processos organizados, capazes de reunir os catadores em defesa de seus interesses e direitos (SAMSON, 2009, p. 55).

Assim faz-se necessário que se estabeleça mais programas como esse da Empresa Energisa, e políticas regulamentadoras que possam melhorar o trabalho e a vida desses catadores, através dessa prática sustentável. Esse momento é o qual se pode ter uma resposta positiva partindo da sociedade, em relação ao programa, onde o indivíduo procura ser cada vez mais atuante e participativo dentro da prática exercida.

Todos os dias são coletados quantidade exorbitantes de lixo recicláveis que em vez de serem descartado de forma incorreta, acabam ganhando um destino certo, evitando a degradação, reeducando a população, e diminuindo a poluição ambiental.

Com esse gesto são inúmeros os pontos positivos gerado pelo trabalho social e pela prática de um aprendizado como, a educação ambiental, conscientização, estímulo da população, diminuição dos desperdícios dos recursos naturais, a economia desses recursos, e a diminuição desses materiais recicláveis nos grandes aterros, que são alguns fatores que garantirá a sustentabilidade dessa grande massa que contribuiu para a aceitação e aplicação dessa prática sustentável.

3. Aspectos metodológicos da Investigação

Com o objetivo de analisar o programa coleta seletiva desenvolvida pela empresa Energisa na visão dos consumidores na cidade de Campina grande-PB, optou-se por uma pesquisa com características exploratória, descritiva, e quantitativa que segundo Silva & Menezes (2000, p.21), “a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento”; e caráter exploratório por ter como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que irá ser investigado, possibilitando sua definição e seu delineamento, isto é facilitar a delimitação do tema da pesquisa.

Em sua maior parte, esta pesquisa abrange (1) levantamento bibliográfico; e (2) aplicação de questionários com pessoas que são consumidoras da empresa Energisa. A pesquisa foi realizada com a população consumidora da empresa Energisa, por diversas faixas etárias, na cidade de Campina Grande-PB.

Como instrumento de pesquisa foi elaborado um questionário estruturado com questões objetivas de múltipla escolha com a intenção de analisar os comportamentos dos consumidores pela empresa Energisa em relação a prática da coleta seletiva na cidade de Campina grande-PB. O questionário foi composto por cinco dimensões como impacto ambiental, coleta seletiva, ambiente organizacional, ambiente urbano, e consciência ambiental, na qual essas dimensões foram selecionadas a partir das necessidades e obrigações, da sociedade e do meio organizacional. O questionário é composto por vinte e cinco questões fechadas, utilizando pela escala de Likert.

O universo da pesquisa foi constituído dos clientes da empresa Energisa na cidade de Campina Grande-PB. A amostra foi do tipo não probabilística intencional, sendo uma pesquisa quantitativa, na qual os elementos selecionados são escolhidos de acordo com a intenção do pesquisador, como determinação da amostra, o universo desconhecido foi utilizado a seguinte formula: $n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$ encontrada em Sâmara e & Barros (1997,p.75), resultado de uma amostra de 196 entrevistados.

Onde:

$\sigma_p = 7\%$ - desvio padrão da proporção;

$p = 50\%$ proporção ou porcentagem dos elementos do universo pesquisado favoráveis ao atributo pesquisado;

$q = 50\%$ proporção ou porcentagem dos elementos do universo pesquisado desfavorável ao atributo pesquisado;

$z = 1,96$ - margem de segurança;

$n =$ desconhecido

$n = ?$

95% segurança.

Dos 196 questionários enviados, 110 retornaram, representando 56% da pesquisa. Para a análise dos dados utilizou o software Excel, como ferramenta, na execução de gráficos e tabelas com a finalidade para se obter respostas ao problema formulado, e os resultados.

4. Análise dos Dados

Esse artigo apresenta os resultados de um estudo realizado com a população e os consumidores na cidade de Campina Grande – PB, através de uma pesquisa de campo. A seguir, através de gráficos, serão apresentados os resultados dessa pesquisa, onde a escolha do público foram a população e os consumidores pela opinião a respeito das práticas sustentáveis desenvolvido pela empresa Energisa.

4. 1 Perfil dos Respondentes

Essa seção tem como proposta apresentar o perfil dos entrevistados na pesquisa. Como pode-se notar a predominância de respondentes é do sexo feminino mesmo com o grande número de consumidores. Pode-se constatar que a idade de respondentes está dividida entre 18 à 25 anos tendo uma quantidade maior, de 26 à 38, de 39 à 45, e de 46 à 70 anos, o que tornou o público de pesquisa bem selecionado de faixas estarias diferenciadas



Gráfico 1.0 – gênero de respondentes

Fonte: pesquisa Direta, 2015.

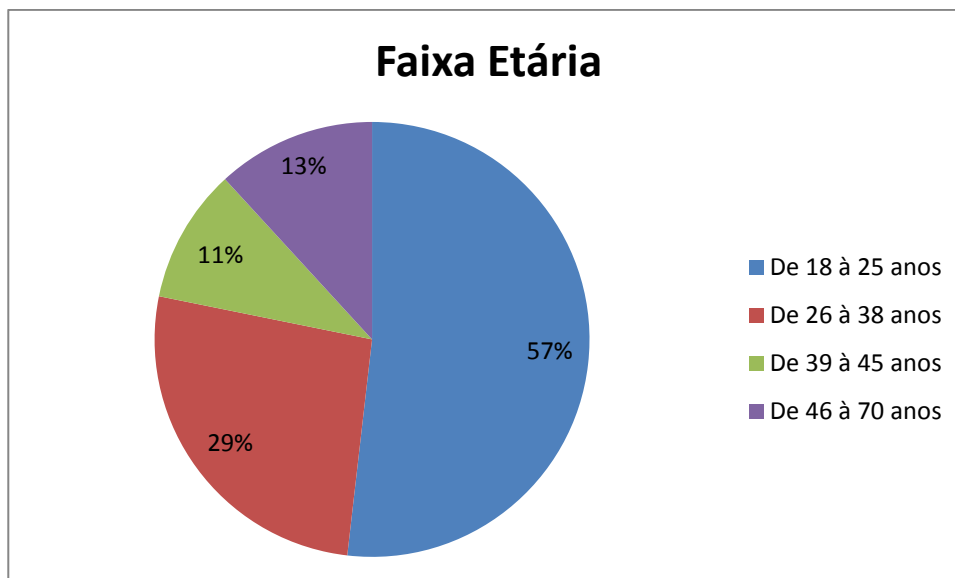


Gráfico 1.2 – Faixa etária

Fonte: pesquisa Direta, 2015.

A seguir será apresentada a análise da opinião do perfil dos pesquisados no que diz respeito as práticas sustentáveis desenvolvidas pela empresa energética.

4. 2 Análise da variável Impacto ambiental

Sabe-se que são grandes as quantidades e a gravidade de impactos causados pela humanidade, ocasionando-se na degradação ambiental.

De acordo com o gráfico 3, na afirmativa 1, Verifica-se que, 49,09% discordam que a destruição do meio ambiente acontece por falta de informação. Por outro lado houve um número significativo de 44,55% que concordam com esta afirmativa. Na afirmativa 2, verifica-se que 95,45% concordam que o ser humano precisa de uma reeducação ambiental. No entanto houve um percentual mínimo de 2,73% que discorda desta afirmativa. Na afirmativa 3, verifica-se que 86,36% concordam que a existência da falta de incentivo para cuidar do meio ambiente aumenta a degradação. Por outro lado, apenas 2,73% discordam desta afirmativa.

Na afirmativa 4, verifica-se que 88,18% concordam que o ser humano é o principal culpado pela destruição da natureza. No entanto houve um número mínimo significativo de 2,73% que discordam dessa afirmativa. Na afirmativa 5, verifica-se

que 62,72% concordam que a maioria das organizações não se preocupam com o meio ambiente. Por outro lado, houve um numero significativo de 20% que discordam desta afirmativa.

Rogério, (2010, p. 02) afirma que, a comunidade pode contribuir na proteção e preservação ambiental com a elaboração de planos de desenvolvimento auto-sustentáveis, dependendo tanto da obtenção dos conhecimentos científicos, como também da sua divulgação ao público em geral. Para isso, deve-se permitir que toda a sociedade fique esclarecida, através de uma educação ambiental, para que a mesma seja capaz de escolher o melhor caminho para solucionar o problema.

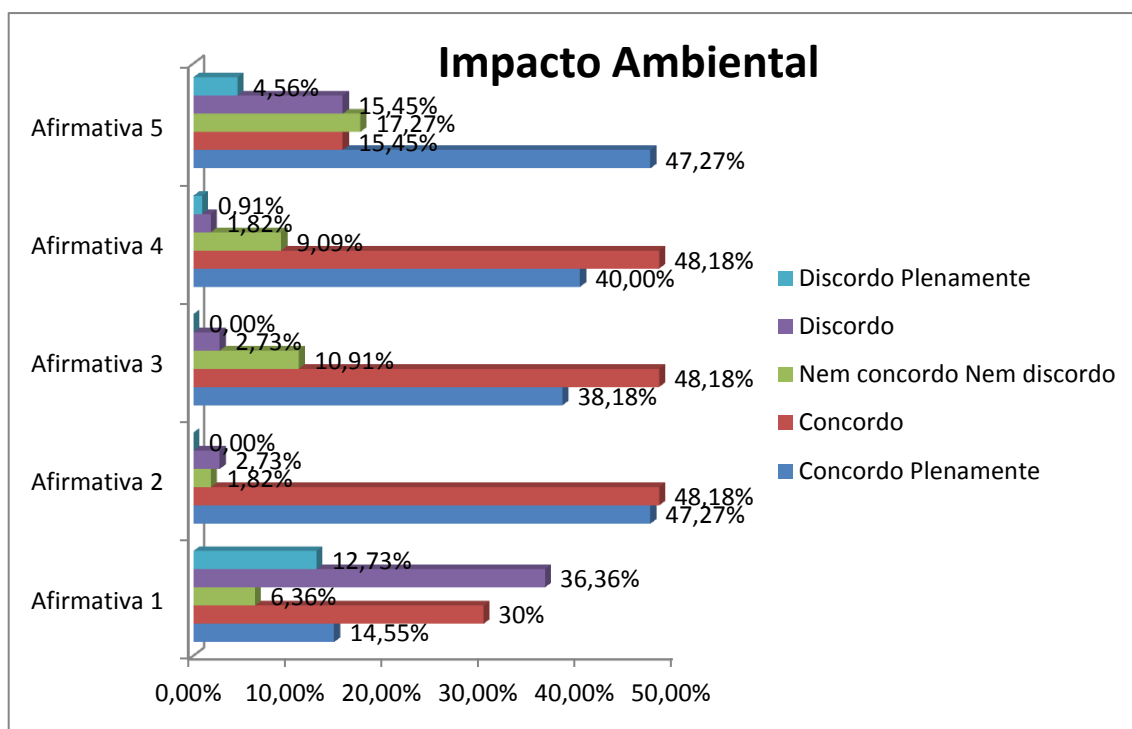


Gráfico 1.3 – Grau de conhecimento sobre Impacto Ambiental.

Fonte: pesquisa Direta, 2015.

Isso mostra as empresas que é preciso oferecer mais programas e ações voltadas para o meio ambiente. Para que assim venha a se tornar um hábito no dia a dia dos consumidores.

4.3 Análise da variável Coleta Seletiva

A coleta seletiva também é um tipo de prática desenvolvida pela seletividade do lixo reciclável.

De acordo com o gráfico 4, Na afirmativa 6 verifica-se que 95,45% concordam que a reciclagem e coleta do lixo tem grande influência para diminuir os impactos na natureza. Por outro lado há um número mínimo significativo de 1,82% que discordam dessa afirmativa. Na afirmativa 7, verifica-se que 80,91% concordam que a coleta seletiva garante um destino correto para o lixo. No entanto houve um percentual de 9,09% que discordam dessa afirmativa.

Na afirmativa 8, verifica-se que 45,45% concordam que a implantação do programa de coleta seletiva trouxe benefícios para a sociedade. Por outro lado existe um número significativo de 23,65% que discordam dessa afirmativa. Na afirmativa 9, verifica-se que 88,19% concordam que o projeto da coleta seletiva orienta e educa o cidadão do meio ambiente. No entanto houve um número mínimo significativo de 4,55% que discordam com essa afirmativa.

Na afirmativa 10, verifica-se que 76,36% discordam que esse projeto existe apenas para divulgar o nome da empresa. Por outro lado, existe um número significativo de 9,09% que concordam com essa afirmativa.

De acordo com SINGER (2002). A coleta seletiva além de contribuir significativamente para a sustentabilidade urbana, vem incorporando gradativamente um perfil de inclusão social e geração de renda para setores mais carentes.

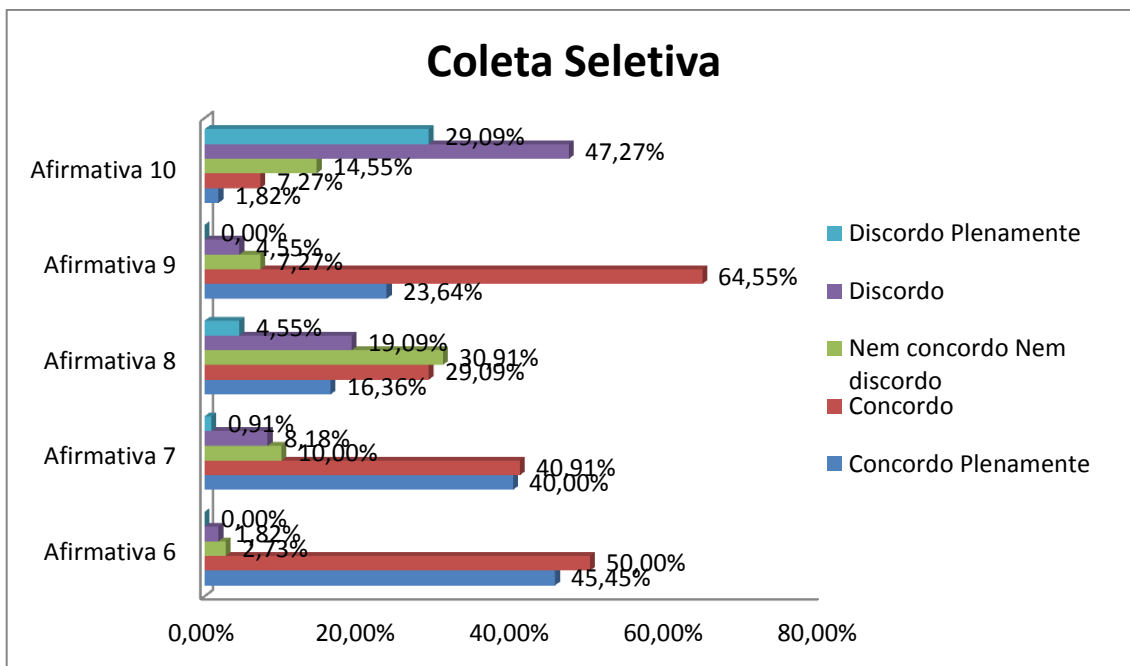


Gráfico 1.4 – Grau de conhecimento sobre Coleta seletiva.

Fonte: pesquisa Direta, 2015.

Isso mostra que a implantação de projetos e políticas socioambientais nas empresas ajuda a solucionar e diminuir o acúmulo de resíduos recicláveis na comunidade.

4.4 Análise da variável Ambiente Urbano

A maneira de informar e orientar a população são o que se torna um fator decisivo para que essa prática se popularize e venha a ser um hábito nas comunidades, e no dia a dia de cada pessoa.

De acordo com o gráfico 5, na afirmativa 11, verifica-se que 90% discordam com a afirmação de não me importo com o lixo produzido na minha cidade. Por outro lado, houve um número significativo de 5,36% que concordam com essa afirmativa. Na afirmativa 12, verifica-se que 64,55% concordam que os problemas causados pelo lixo produzido diminuem quando a população participa do processo de reciclagem. No entanto, houve um percentual mínimo de 6,37% que discordam com essa afirmativa.

Na afirmativa 13, verifica-se que 83,63% concordam que a população é relaxada e não se preocupa com o lixo produzido. Por outro lado, houve um número

significativo de 4,55% que discordam dessa afirmação. Na afirmativa 14, verifica-se que 72,73% concordam que existe pouca divulgação e conhecimento do programa de coleta seletiva na cidade. Por outro lado, houve um percentual mínimo de 6,37% que discordam dessa afirmação. Na afirmativa 15, verifica-se que 60,91% concordam que os projetos para políticas de reciclagem na cidade são insuficientes. Por outro lado, existe um número mínimo de 6,37% que discordam dessa afirmativa. Na afirmativa 16, verifica-se que 47,28% concordam que a reciclagem é desvalorizada, e na minha cidade é desconhecida. Por outro lado, houve um percentual significativo de 20% que discordam dessa afirmação

Dahl (2007) comenta que o termo “desenvolvimento sustentável” é claramente carregado de valores, existindo Uma forte relação entre os princípios, a ética, as crenças e os valores que fundamentam uma comunidade e sua concepção de sustentabilidade.

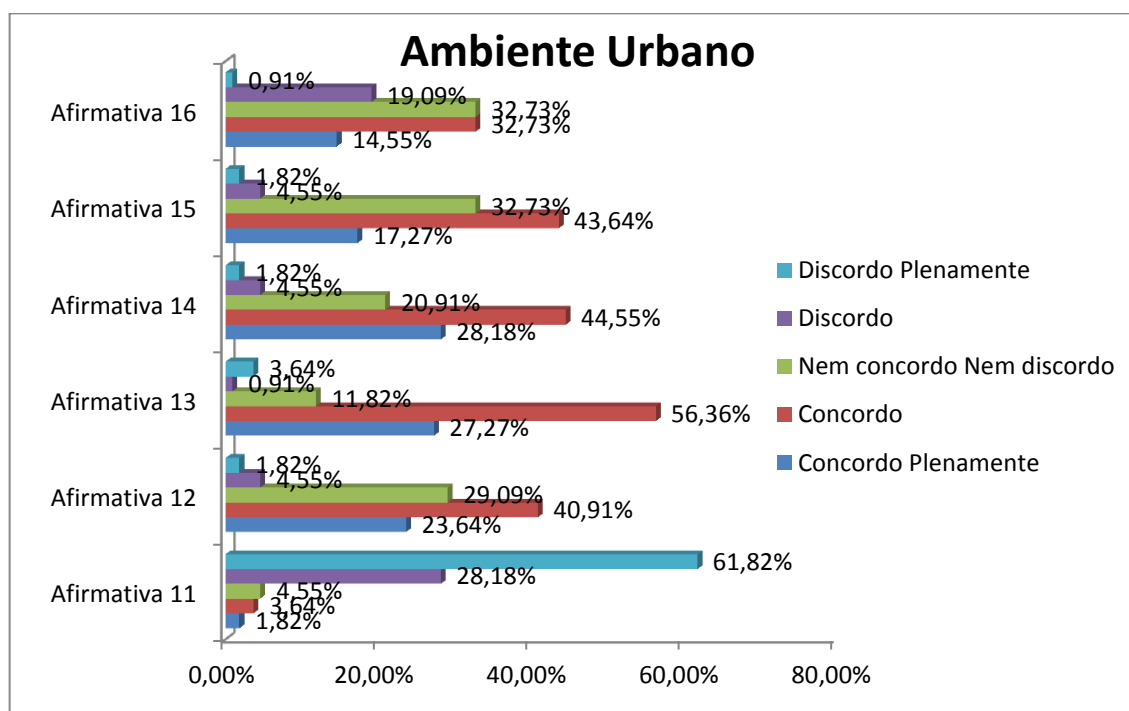


Gráfico 1.4 – Grau de conhecimento sobre Ambiente Urbano.

Fonte: pesquisa Direta, 2015.

. Diante disso, observa-se que a ineficiência da divulgação e falta de conhecimento, voltada a políticas sociais ambientais de coleta seletiva, são insuficientes e poucos conhecidos, pela falta de divulgação.

4.4 Análise da variável Organizacional

A sustentabilidade surge com o objetivo de ensinar e orientar as empresas, qual o seu papel e sua responsabilidade sustentável empresarial.

De acordo com o gráfico 5, Na afirmativa 17, verifica-se que 76,37% concordam que a falta de incentivo por partes das empresas é desmotivador. Por outro lado, houve um número significativo de 8,18% que discordam dessa afirmativa. Na afirmativa 18, verifica-se que 63,64% concordam que as empresas estão apenas interessadas em diminuir os custos e aumentar os lucros. No entanto existe um número significativo de 12,72% discordam dessa afirmativa. Na afirmativa 19, verifica-se que 56,36% concordam que o crescimento da empresa vai depender da prática que ela oferece. Por outro lado, houve um percentual de 20,91% que discordam dessa afirmativa.

Na afirmativa 20, verifica-se que 52,73% concordam que quando há uma troca entre a empresa e o consumidor nas práticas sustentáveis as duas partes saem ganhando. No entanto, houve um número significativo de 3,64% que discordam dessa afirmativa. Na afirmativa 21, verifica-se que 81,81% concordam que são poucos os gestores responsáveis com o meio ambiente. Por outro lado, apenas 8,17% discordam com essa afirmação. Na afirmativa 22, verifica-se que 89,09% concordam que a prática sustentável deve ser aplicada em qualquer empresa. No entanto, houve o número significativo de 3,64% que discordam dessa afirmativa.

De acordo com Székely e Knirsch (2005), a sustentabilidade está relacionada à construção de uma sociedade que apresente um bom equilíbrio entre os objetivos econômicos, sociais e ambientais. Esses autores afirmam que esse termo significa, para as empresas, sustentar e expandir o crescimento econômico, aumentar o valor

dos acionistas, o prestígio, a reputação corporativa, o relacionamento com clientes e a qualidade de produtos e serviços.(pág. 2).

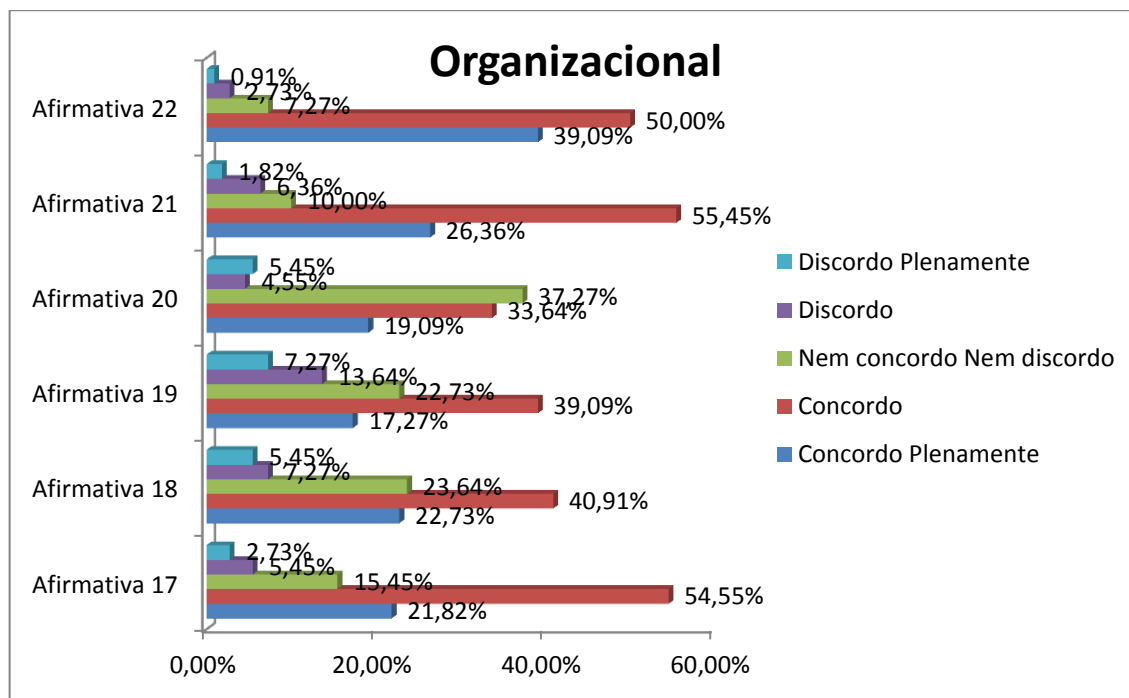


Gráfico 1.5 – Grau de conhecimento sobre Ambiente Organizacional.

Fonte: pesquisa Direta, 2015.

Diante disso, observa-se que se deve haver uma combinação de uma boa relação entre empresa, gestores, e comunidade, para que ambas as partes sejam favorecidas pelas políticas socioambientais.

4.5 Análise da variável Consciência Ambiental

A conscientização ambiental é um fator de extrema importância nos tempos que estamos vivendo atualmente.

De acordo com o gráfico 6, na afirmativa 23, verifica-se que 86,37% concordam que a redução de custos de energia é um fator positivo da consciência ambiental. Por outro lado houve um número significativo de 5,46 % que discordam dessa afirmativa. Na afirmativa 24, verifica-se que 89,95% concordam que a

conscientização de separação do lixo para coleta seletiva é de poucas pessoas. No entanto houve um percentual de 4,55% de discordância para essa afirmação. Na afirmativa 25, verifica-se que 84,55% concordam que a preocupação é mínima quando se compra um produto que agrida menos o meio ambiente. Por outro lado, houve um número significativo de 3,64% que discordam com essa afirmação.

A consciência ambiental é considerada por Butzkeet al. (2001) como o conjunto de conceitos adquiridos pelas pessoas mediante as informações percebidas no ambiente. Assim, o comportamento ambiental e as respostas ao meio ambiente são influenciados pelos conceitos nele adquiridos.

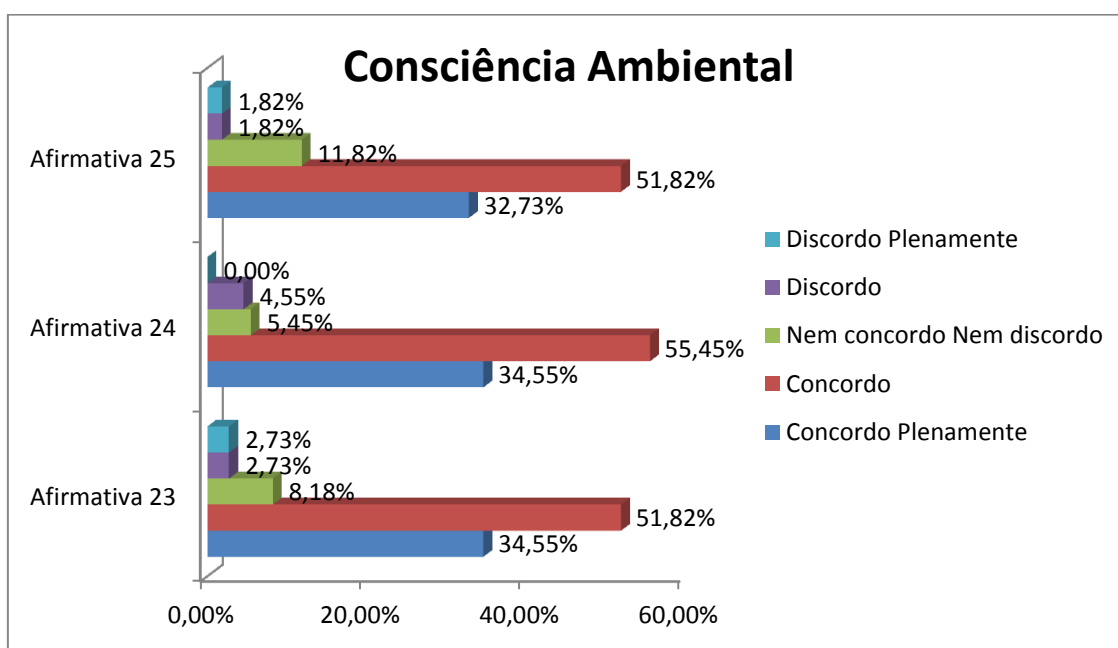


Gráfico 1.6 – Grau de conhecimento sobre Consciência Ambiental.

Fonte: pesquisa Direta, 2015.

Diante disso, nota-se que as empresas precisam interagir melhor com os consumidores através da orientação e informação, do uso dessas práticas, para que ambos possam entender o conceito de conscientização e coloca-lo em prática.

5. Considerações Finais

Partido da premissa de analisar as práticas sustentáveis, a partir do programa de coleta seletiva desenvolvido pela empresa energisa na visão dos consumidores na cidade de Campina Grande - PB, este artigo agrega significativas contribuições de autores e pesquisas, em que pode-se considerar que as práticas sustentáveis vêm assumindo um papel central por via da sustentabilidade. E que se faz necessário que haja uma integração central da organização, colaboradores e consumidores para que assim possa alcançar as metas estabelecidas pela empresa, e pelo meio ambiente.

A empresa que procura aderir as práticas sustentáveis no seu ambiente organizacional estaria mais preparadas para os desafios do futuro, seja ele econômico, ambiental, ou social. A partir daí o programa coleta seletiva, surgiu como uma das práticas sustentáveis, que vem sendo desenvolvido pela empresa energisa através da prática de junção de materiais recicláveis.

A busca pelas empresas ao aderir essa prática, fica claro que não são apenas para cumprirem as expectativas do meio organizacional, mas também da sociedade, e pelos desastres ambientais causados diariamente. Procurou-se ser analisado algumas demissões a respeito das práticas de sustentabilidade.

E ainda com o objetivo voltado para essa prática, na pesquisa observou que a grande parte dos respondentes concorda que essas práticas contribuem favoravelmente para a diminuição dos impactos ambientais, que a sociedade poderia ser mais ativa participando, e que as empresas poderiam investir mais em outras práticas. E por fim os consumidores tem uma visão ampla assim como as empresas de que é necessário a união de todos para a diminuição dos desastres ambientais.

Com relação a dimensão impacto ambiental conclui-se que, a destruição do meio ambiente vem a ser decorrente muitas vezes pela falta de informação, de incentivo á cuidar do meio ambiente, de uma reeducação ambiental para o próprio ser humano, de organizações que não se preocupam com a degradação, o que torna o ser humano, como o principal culpado pela destruição da natureza.

Já a coleta seletiva surge como mais uma ferramenta no auxílio à destinar de forma correta resíduos sólidos, que por diversas situações eram descartados na

natureza de maneira errada. O ambiente urbano, sendo o cenário natural, onde todo e qualquer produto que não possuía mais vida útil possa ser descartado, busca sempre obter a sustentabilidade através das ações da comunidade e das empresas.

Por sua vez, o ambiente organizacional procura se adaptar ao processo ambiental, e as mudanças climáticas vividas, e se destacar pelas ações e práticas oferecidas aos colaboradores e a comunidade. O que possibilita a ter uma visão de como seria a conscientização ambiental da comunidade, quando trata-se na mudança de comportamento por falta e escassez de recursos naturais, tanto para o meio ambiente, como para a população que nele vive.

Abstract

Currently the world is undergoing major climate changes modifying all the territorial area, with reactions caused by the action of humans and climate change. From the environmental awareness, one must understand that sustainability practices are being applied in society. Thus, Energisa company, has developed a project in 2010, through sustainable practice, which is the exchange of recyclable waste in credits in the energy bill. This study aims to analyze the selective collection program developed by Energisa company in the eyes of consumers in the city of Campina Grande – PB. For this we opted for a survey of exploratory features, descriptive and quantitative, with the application of questionnaires to 110 users. The results show that the need to put in place social and environmental projects in organizations, and the social environment, is of great importance. It concludes that the selective collection program contributes to the awareness and increased participation of human beings, reduced environmental impacts.

Key words: environmental impact ; Sustainable practices; Selective collect.

Referências

- Agra Filho, Severino Soares. **Os Estudos dos Impactos Ambientais no Brasil: uma análise da efetividade**. Brasília; IPEA; out. p.91,1993.
- ALTENFELDER, Ruy. Desenvolvimento sustentável. **Gazeta Mercantil**. 06 maio 2004, A3.
- AMÂNCO, ROBSON. **Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações**. SÃO PAULO-SP. SETEMBRO, 2008 p.05.
- AZAPAGIC, A. Systems approach to corporate sustainability: a general management BELLEN VAN,Michael,Hans. Desenvolvimento Sustentável: **Uma descrição das Principais Ferramentas de Avaliação**. Ambiente & Sociedade – Vol. VII nº. 1 jan./jun. 2004.
- BRINGHENTI, R, JACQUELINE. GUNTHER, RISSO, M, WANDA. **Participação Social em Programas de Coleta Seletiva de resíduos sólidos urbanos**. Vitória – ES, 2011.
- CARROLL. A. B. A. **three-dimensional conceptual model of corporate performance**. **The Academy of Management Review**, n.4, p.17-25,Oct. 1979.
- CLARO, de Oliveira, BORIN, PRISCILA, CLARO, PIMENTEL, DANNY, **corporate social responsibility: metrics for sustainable performance**. **European Management Journal**,Oxford, v.23, n.6, p.628-647, 2005.
- CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G. (Orgs). **Consumo Sustentável: conflitos entre necessidade e desperdício**. São Paulo: Unesp, 2007.
- COSTA, C. B.; VISCONTI, G. R. **Empresas, responsabilidade corporativa e DAHL, A. L. The big picture: comprehensive approach** Empresarial (ISE). **Revista de Gestão Social Ambiental – RGSA**, Salvador, v.3, n.3, p.56-71, 2009.
- es.In: MOLDAN, B.; BILHARZ, S. (Orgs.). Sustainability indicators: report of the project on indicators of sustainable development. Chichester: John Willey and Sons, 2007.
- FERREIRA, Nakagawara, Yoshiya. **Metrópole Sustentável? Não é uma questão urbana**. São Paulo, 2000.
- framework. **Institution of Chemical Engineers**, v.81, p.303-316, 2003.
- GRIMBERG, E., BLAUTH, P. **Coleta Seletiva - Reciclando Materiais, Reciclando Valores**. Revista Pólis, nº 31, 103 p., 1998. Disponível:

http://www.lixoecidadania.org.br/lixoecidadania/Files/m_coletaSeletiva/Coleta%20Seletiv a.doc [capturado em 01 fev. 2005]

investimento social: uma abordagem introdutória. BNDES/AS/GESET. Relato JOCÓBI, Pedro. Poder Local, **Participação Social e Sustentabilidade**. São Paulo, 1999.

LINNANEN, L. ; PANAPANANAN, V. **Roadmapping CSR in finish companies**. San Francisco: Berrett Koehler Publishers, 2002.

MANCINI, D, SANDRO. **Influência do Tipo Coleta (comum ou seletiva) na Reciclagem de Filmes e poliolefinas Pós- consumo**. Sorocaba- SP, 2008.

MARTINS, S. V. **Recuperação de Matas Ciliares**. 2º Ed. rev. E ampl. -Viçosa, MG: CPT, 2007.

MERINO, PIRES, LEONARDO. A coleta seletiva e a reciclagem como **estímulo à educação ambiental para a construção de um valor sócio,lo ambiental**. revistapos.cruzeirodosul.edu.br. 2014.

MUCELIN, C. A., BELLINI, L. M. **A percepção de impactos ambientais no ecossistema urbano de Medianeira**. In: ENCONTRO NACIONAL DE DIFUSÃO TECNOLÓGICA, 3, Medianeira. Anais... Medianeira: UTFPR, 2006. 1 CD-ROM.

QUAZI, A. M. AND O`BRIEN D. **An Empirical Test of a Two-Dimensional Model of a Managerial Perception of Corporate Social Responsibility in Diverse Cultures`**, paper presented at the ANZAM Conference, held at the University of Wollongong, December 4-7, 1996.

REIGOTA, M. **Meio Ambiente e Representação Social**, São Paulo, Cortez 2001- (Questões da nossa época, v.41). Setorial. n. 2, 2000.

ROGERIO, P. M. Caracterização Revitalização da nascente da biquinha no bairro Bromélias, disponível em www.meuartigo.brasilecola.com.br, acessado em 20/11/2010, às 11h00mim.

SILVA, J. O.; ROCHA, I.; WIENHAGE, P.; RAUSCH, R. B. **Gestão ambiental:** uma análise da evidenciação das empresas que compõem o Índice de Sustentabilidade

SPANGENBERG, J. H.; BONNIOT O. **Sustainability indicators:** a compass on the road towards sustainability. Disponível em <http://www.wupperinst.org/uploads/tx_wibeitrag/WP81.pdf>. Acesso em: 08 ago. 2009.

SINGER, P. A recente ressurreição da economia solidária no Brail. In: **SANTOS Boaventura de Souza (Org). Produzir para viver. Os caminhos da produção não capitalista.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira; 2002. P.81-126.

STROBEL, SCAPULATEMPO.; JULIANA. **Modelo Para Mensuração Da Sustentabilidade Corporativa Através De Indicadores.** Florianópolis, 2005.

SZÉKELY, F.; KNIRSCH, M. **Responsible leadership and**

VARGAS, P. R. O insustentável discurso da sustentabilidade. In: **BECKER, D. F. Desenvolvimento sustentável: necessidade e/ou possibilidade?** 4. ed. Santa Cruz do Sul:UDUNISC, , 2002. p. 211-241.

ZANETTI, Isabel Cristina Bruno Bacellar. Além do lixo. Reciclar: **um processo de transformação.** Brasilia: Terra Uma, 1997.