



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

GESTÃO AMBIENTAL NAS EMPRESAS

JEANNE PRYSCILLA FORMIGA DE MENESES

CAMPINA GRANDE – PB

2013

JEANNE PRYSCILLA FORMIGA DE MENESES

GESTÃO AMBIENTAL NAS EMPRESAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento as exigências para obtenção do grau Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^a Dr^a Gêuda Anazile da Costa Gonçalves.

CAMPINA GRANDE – PB

2013

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CIA I – UEPB

M541g Meneses, Jeanne Priscilla Formiga de.
Gestão ambiental nas empresas [manuscrito] / Jeanne Priscilla Formiga de Meneses. – 2013.

19 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2013.

“Orientação: Profa. Dra. Gêuda Anazile da Costa Gonçalves, Departamento de Administração”.

1. Sustentabilidade. 2. Gestão ambiental. 3. Empresas I. Título.

21. ed. CDD 658.408

JEANNE PRYSCILLA FORMIGA DE MENESES

GESTÃO AMBIENTAL NAS EMPRESAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento as exigências para obtenção do grau Bacharel em Administração.

Aprovado em 02 de 09 de 2013.

Gêuda Anazile da C. Gonçalves

Profª Drª Gêuda Anazile da Costa Gonçalves
Orientadora

Sandra Maria Araújo de Souza

Drª Sandra Maria Araújo de Souza


Msc. Geralda Félix Coutinho

CAMPINA GRANDE – PB

2013

GESTÃO AMBIENTAL NAS EMPRESAS

Jeanne Pryscilla Formiga de Meneses

RESUMO

Ao longo do tempo os níveis de produção e consumo levaram a uma exploração irracional dos recursos naturais, o que tem colocado em xeque a capacidade de suporte do planeta. Diante da constatação da crise socioambiental instalada passou-se a discutir sobre os meios de mitigar os danos já causados ao meio ambiente e a forma de tornar a produção e o consumo sustentáveis. Neste contexto encontram-se as organizações que precisam manter seus níveis de competitividade ao mesmo tempo em que necessitam adequar-se as condições impostas pela crise socioambiental. Diante deste quadro, este trabalho tem como objetivo identificar, a partir da literatura, a importância, os benefícios e as dificuldades da gestão ambiental para as empresas. Para tanto foi realizada uma pesquisa exploratória, bibliográfica, com abordagem qualitativa. As referências obtidas foram organizadas a partir de leitura exploratória, seletiva, analítica e interpretativa. Os resultados evidenciaram que muitos são os benefícios atribuídos à implementação da gestão ambiental nas organizações, destacando-se a melhor percepção da imagem da empresa por parte do público consumidor, fato decisivo para o êxito organizacional. Entretanto, verificou-se também os obstáculos encontrados para a prática da gestão ambiental em âmbito organizacional, dentre esses os custos relacionados para a implementação dos programas são o entrave primordial. Portanto, conclui-se que apesar dos obstáculos identificados, os benefícios obtidos a partir da implementação dos pressupostos da gestão Ambiental pelas organizações levam a ganhos mensuráveis e imensuráveis, podendo ser considerado um diferencial competitivo para as empresas.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Gestão Ambiental. Empresas.

ABSTRACT

Over time the levels of production and consumption led to an irrational exploitation of natural resources, which has put into question the capacity of the planet. Given the evidence of the environmental crisis installed started to discuss ways to mitigate the damage already caused to the environment and how to make sustainable production and consumption. In this context, there are organizations that need to maintain their competitiveness while needing suit the conditions imposed by the environmental crisis. Given this context, this work aims to identify, from the literature, the importance, benefits and difficulties of environmental management for businesses. Therefore a survey was conducted exploratory literature with a qualitative approach. The references were obtained from organized exploratory, selective, analytical and interpretive. The results showed that there are many benefits attributed to the implementation of environmental management in organizations, highlighting the best

image perception of the company by the consuming public, decisive factor for organizational success. However, it was also the obstacles encountered in the practice of environmental management in the organizational context, of these costs related to the implementation of the programs are the primary obstacle. Therefore, it is concluded that despite the obstacles identified, the benefits derived from the implementation of management assumptions Environmental organizations lead to measurable and immeasurable gains, can be considered a competitive advantage for companies.

Key-word: Sustainability. Environmental Management. Companies.

1 INTRODUÇÃO

As conquistas da humanidade têm sido ameaçadas devido aos riscos decorrentes das mudanças climáticas, bem como das implicações associadas a elas (DALLAS, 2009). Assim, reconhece-se que ao longo da evolução da humanidade, o desenvolvimento embasado no crescimento econômico impactou negativamente o planeta. A compreensão de que a situação instalada era cada vez mais insustentável possibilitou o engajamento da comunidade científica no debate sobre a urgência de recuperar e preservar o meio ambiente. Eis que o fim do século XX e o início do XXI passaram a ser marcados por uma mudança de paradigma, o da sustentabilidade.

Passou-se do consumo despreocupado com as questões ambientais, para a busca do desenvolvimento sustentável em todas as atividades humanas. “[...] o consumidor, a indústria, o criador de novos produtos, todos têm papéis determinantes na consolidação deste paradigma” (SCHULTE e LOPES, 2008, p. 32). Portanto, as empresas precisam se adequar a esta nova realidade.

Recai sobre as organizações, a emergência em adotarem atitudes diversas objetivando a redução dos problemas ambientais e o estímulo ao desenvolvimento sustentável, compreendido como “o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental, [...] ou seja, atender as necessidades de hoje sem comprometer as necessidades das futuras gerações” (LINS e SILVA, 2009, p. 92). Implementar a sustentabilidade é zelar pelas coisas, da menor a maior e vice-versa (SCHULTE e LOPES, 2008).

Neste contexto, é solução útil à sustentabilidade e qualidade de vida o desenvolvimento de políticas direcionadas para as condições humanas, ecológicas e

ambientais (DALLAS, 2009). Ante ao exposto, surge a gestão ambiental, “sinônimo de Ação Preventiva e de compromisso com a melhoria contínua” (LEÃO; FALCÃO, 2002, p. 10). Talvez a única alternativa viável para as empresas permanecerem competitivas de forma sustentável.

Corroboram com as exposições Lins e Silva (2009), para quem as organizações com visão estratégica deixaram de considerar a questão ambiental meramente como uma exigência legal, passando a concebê-la como uma relevante variável dentro da competitividade empresarial. Paralelamente, conforme os autores, algumas corporações vêm inserindo-a categoricamente do planejamento estratégico.

Observa-se, a passos lentos, a adoção voluntária de práticas de gestão ambiental nas organizações tendo em vista o entendimento que: “reduzir os custos com a eliminação de desperdícios, desenvolver tecnologias limpas e baratas, reciclar insumos não são apenas princípios de gestão ambiental, mas condição de sobrevivência empresarial” (ANDREOLI, 2002, p. 62). Este autor ainda discutindo sobre a implementação dos princípios da gestão ambiental nas corporações, enfatiza que os empresários passaram a deixar de vê-la como ônus e a considerá-la oportunidade, pois sua adoção tem se tornado um diferencial competitivo e, mais do que isto, tem significado a sobrevivência da empresa.

A compreensão de que a gestão ambiental em âmbito organizacional é essencial para o êxito de um projeto de desenvolvimento sustentável em nível macro, justifica-se o desenvolvimento desta pesquisa, tendo em vista os avanços dos debates sobre a temática tanto no mundo do trabalho quanto em meio acadêmico, o que tem levado a inquietação de parte dos empresários quanto a importância de adotar práticas consideradas ambientalmente corretas.

A teoria que trata do tema deixa claro que tais ações podem elevar a qualidade da produção, da distribuição e do consumo de modo a contribuir com a proposta do desenvolvimento sustentável. Deste modo, ser uma empresa preocupada com questão ambiental é uma determinação politicamente adequada e uma ação estratégica proativa e sustentável (LEÃO e FALCÃO, 2002), uma vez que “o consumidor verde” tem se multiplicado, priorizando produtos que consideram a dimensão ambiental (PORTILHO, 2005).

Neste sentido, como problemas de pesquisa indagam-se: Qual a importância da gestão ambiental corporativa? A gestão ambiental no âmbito das organizações traz benefícios para as empresas? Existem dificuldades para sua implementação? O

objetivo geral busca identificar, a partir da literatura, a importância, os benefícios e as dificuldades da gestão ambiental para as organizações.

Para alcance do objetivo proposto, realizou-se um estudo exploratória, bibliográfica, com abordagem qualitativa. O universo de pesquisa correspondeu à literatura acadêmica sobre o tema. Assim sendo, esta pesquisa teve como escopo a análise das referências bibliográficas catalogadas pela pesquisadora durante o Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba. Além de textos extraídos de livros, foram utilizados artigos, monografias, dissertações e teses extraídas de banco de dados disponíveis na *Internet* como, por exemplo, o *Scientific Electronic Library Online* (SCIELO).

Ressalta-se, contudo, que as ideias dos autores catalogados foram organizadas e analisadas criticamente, a partir da Análise de Conteúdo de Bardin (2007), o que possibilitou a sistematização e mapeamento do material levantado conforme abordagens temáticas. Neste sentido, emergiram os seguintes enfoques: dificuldades para implantação da gestão ambiental pelas empresas; importância da gestão ambiental para as empresas; e benefícios da gestão ambiental para as empresas.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Desenvolvimento Sustentável

Crescer sempre fora o propósito das economias mundiais. O crescimento econômico é reflexo de uma infinidade de interações e transformações nos arcabouços produtivos, tecnológicos e sociais de uma economia (BAYARDINO, 2004). Os resultados catastróficos sobre a esfera global conduziu a preocupações em torno da sustentabilidade (HASAN; MORRISON, 2011; DALLAS, 2009; PORTILHO, 2005).

Tais apreensões emergiram da concepção de que o mundo tem caminhado para um estado cada vez mais grave, crítico, ressaltando-se que não é possível manter a lógica atual do aumento constante nos padrões de consumo, pois o consumismo da população tem impactado negativamente sobre o plano ecológico global (DALLAS, 2009; PORTILHO, 2005).

Apesar do entendimento sobre a necessidade premente de estratégias que impliquem a sustentabilidade, percepção crescente desde as últimas décadas do século passado, a conceituação origina-se “no debate acadêmico iniciado em Estocolmo, em 1972, e consolidado, em 1992, com a realização da Eco-92” (BAYARDINO, 2004, p. 10). Por sua vez, a União Internacional para a Conservação da Natureza (IUCN, 1980 apud SICHE et al., 2007) afirma que o termo o significado de desenvolvimento sustentável ou sustentabilidade somente foi inserido a partir do encontro realizado internacionalmente *The World Conservation Strategy*.

Estabelece-se, outrora, que as discussões sobre a real conceituação do termo sustentabilidade têm ocupado um importante espaço no cenário científico, com esforços múltiplos para discutir o assunto. Contudo, foi a partir da definição que a terminologia passou a estar nos mais diversos contextos e discursos, ganhando força mundialmente, envolvendo o desenvolvimento econômico, social e ambiental (BARBOSA, 2008; MELO NETO e BRENNAND, 2004).

Define-se sustentabilidade ambiental como a habilidade pessoal, grupal ou organizacional de manutenção em um ambiente buscando impactar negativamente o mínimo possível (NUNES, 2008). Para Clementino (2013, p. 5), “trata-se de um modelo de desenvolvimento capaz de sustentar-se através do convívio harmônico do homem com o meio e com os recursos da biosfera”, sendo a proposta fundamentada na utilização “de tecnologias e processos produtivos eficientes e ambientalmente seguros”.

Para tanto, conforme o Relatório *Brundtland* apresentado em 1987, “[...] atende às necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das gerações futuras em atender as suas próprias necessidades” (LEÃO e FALCÃO, 2002, p. 8; CAMARGO, 2003, p. 52). Logo, na prerrogativa de instituir diretrizes específicas em prol da sustentabilidade, foi criada a Agenda 21. A proposta estabelece os eixos estratégicos ao alcance do desenvolvimento sustentável, contemplando os mais diversos setores da economia mundial (SCHULTE e LOPES, 2008).

A Agenda 21 foi criada a partir da Reunião da Cúpula da Terra, em 1992 em que estiveram reunidos 179 chefes de Estado e de Governo do mundo. O documento reflete o consenso global e o acordo político no seu mais alto grau, objetivando o desenvolvimento e o compromisso ambiental (BAYARDINO, 2004).

Pelas implicações e benesses da sustentabilidade, muitos desafios necessitam ser superados para que seus fundamentos passem a ser incorporados,

quer em âmbito doméstico ou empresarial, em organizações lucrativas ou sem fins lucrativos, instituições públicas ou privadas. Segundo Portilho (2005), o maior desafio a sobrepujar é o da modificação na visão das políticas públicas, o que poderá possibilitar a efetivação de conceitos e estratégias de desenvolvimento capazes de promover a ativa minimização do desperdício, pela superação da encruzilhada enfrentada pela humanidade quanto a capacidade de suporte do planeta, e da capacidade humana de equilibrar o que julga ecologicamente imperativo, socialmente desejável e politicamente alcançável ou plausível.

2.2 Gestão ambiental nas empresas

Para Donaire (1999), alterações no ambiente interno e externo das empresas tem ocorrido. As organizações que eram percebidas apenas sob o enfoque econômico, tem presenciado a emergência de novos papéis a serem desempenhados, uma destas inquietações refere-se ao fomento de estratégias capazes de minimizar ou extinguir as transformações no ambiente em que operam, fazendo uso da gestão ambiental.

Assim sendo, o que se quer dizer ao referenciar a gestão ambiental? Existem várias definições, porém sempre conexas com as questões de sustentabilidade, pois o gerenciamento ambiental é a responsável central pelo (in)sucesso do desenvolvimento sustentável (SANTIAGO; DUARTE, 2011).

Pode-se compreender a gestão ambiental como o procedimento de alinhamento das ações antrópicas às forças e relutâncias possíveis ou existentes da própria natureza, transformando as ameaças do meio ambiente em riscos gerenciáveis. Portanto, conduz a relação homem versus natureza a uma nova conformação, agora benéfica, mas longe do equilíbrio original (GRIFFITH, 2005). Lopes (2007, p. 18) estabelece que se vincula ao princípio do uso “múltiplo dos recursos naturais, sendo definido como a aplicação de estratégias de planejamento para alcançar a produção máxima do uso racional dos recursos”, gerando benefícios amplos.

Em todo o mundo, as iniciativas em torno da proteção ambiental tem conquistado um espaço importante em âmbito nacional e internacional, sendo inserida crescentemente pela maior parte das corporações. Essa atitude deve-se, especialmente, pela sensibilização e consciência advindas das pressões e

mobilizações da sociedade (LEÃO e FALCÃO, 2002). Para os autores, as empresas têm se debruçado em projetos de otimização e maximização do processo produtivo, sempre com olhos para a sustentabilidade.

Carvalho (2011) corrobora com as exposições ao enfatizar que as modificações visando contemplar as necessidades de desenvolvimento sustentável vem sendo examinadas nas empresas, conexas com a concepção e incremento de políticas econômicas com a finalidade de adequar ações sustentáveis. Para tanto, os procedimentos de gestão ambiental foram estandardizados globalmente para determinar critérios e requisitos análogos.

A certeza de que a organização atua ante a tais critérios é a certificação ambiental, conforme a norma ISO 14.000. Essa normatização foi definida pela *International Organization for Standardization* (ISO), organização não governamental que tem como finalidade elaborar normas internacionais de padronização as quais reflitam o consenso das distintas nações. A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) é representante brasileira da ISO (ANDREOLI, 2002).

Por sua vez, a série ISO 14000 define padrões internacionais de gerenciamento ambiental. Abrange seis áreas fundamentais, a saber: “sistema de gestão ambiental, auditorias ambientais, avaliação de desempenho ambiental, rotulagem ambiental, aspectos ambientais nas normas de produtos, análise do ciclo de vida do produto” (LOPES, 2007, p. 27).

Portanto, para adequar-se aos pressupostos da gestão ambiental, a empresa deverá adequar a estrutura organizacional, planejar, instituir responsabilidades, além de estabelecer práticas, procedimentos, processos e recursos para estabelecer, implementar, alcançar, avaliar criticamente e manter a política ambiental. Eis as ações necessárias para que as empresas reduzam ou extingam as implicações negativas provocadas ao ambiente em decorrência de suas atividades. Logo, as estratégias de intervenção devem ser aplicadas a todas as fases dos empreendimentos, com caráter preventivo, corretivo, de remediação e proativos, conforme fase de implementação (KRAEMER, 2005).

Assim sendo, para uma empresa alcançar o nível de excelência ambiental, é necessário que haja organização e planejamento em todos os passos para a interiorização da variável ambiental. Quando se fala na questão ambiental, a primeira dúvida que se tem é no aspecto econômico, porém, algumas empresas mostraram que com uma certa dose de criatividade e condições internas, é possível

ganhar dinheiro e proteger o meio ambiente mesmo não sendo uma organização que atue no chamado “mercado verde”, onde é possível transformar tais restrições em oportunidades.

Alguns exemplos dessas oportunidades refletem posturas simples, como o ato de reciclar o lixo, de não desperdiçar água e energia, produzir bens e serviços ambientalmente corretos, reaproveitamento de resíduos internamente ou sua venda para outras empresas, desenvolvimento de novos processos produtivos, a utilização de combustíveis alternativos (SCHULTE; LOPES, 2008).

Apesar do reconhecimento das ações listadas, muitos empresários gostariam de saber até que ponto o seu negócio seria afetado pelo aumento da consciência ecológica dos consumidores e pelas exigências da legislação. Segundo Donaire (1999), para haver uma correta avaliação da posição da empresa é necessário considerar as seguintes variáveis:

- a) Ramo de atividade da empresa: o mais importante indicador da ameaça que a organização pode causar ao meio o ambiente e dos custos necessários para atender a regulamentação ambiental.
- b) Produtos: o conceito da empresa ambientalmente amigável não está ligado apenas pelo atributo do seu processo produtivo, mas dos produtos que fabrica.
- c) Processos: para um processo ser considerado ambientalmente amigável, deve estar próximo dos seguintes objetivos: poluição zero; nenhuma produção de resíduos; nenhum risco para os trabalhadores; baixo consumo de energia; e eficiente uso dos recursos.
- d) Conscientização ambiental: acompanhar o crescimento das exigências ambientais e suas transformações em novas ideologias e valores sociais que se substanciam em mudanças na legislação e em regulamentações mais severas é tarefa muito importante para a sobrevivência e lucratividade da empresa.
- e) Padrões ambientais: há uma correlação direta entre a conscientização da sociedade e dos padrões ambientais estabelecidos. Quanto maior a pressão social mais restrita é a sua legislação ambiental. Estimulando a capacidade do desenvolvimento de excelentes oportunidades de novos negócios relacionados com a questão ambiental.

- f) Comprometimento gerencial (linha e *staff*): dissemina no seio da organização a formação de um clima propício ao surgimento de esquemas e círculos de qualidade ambientais, bancos de sugestões, auditorias etc., que se traduzem em busca de melhorias.
- g) Capacitação do pessoal: a empresa deve investir em um pessoal competente e convenientemente treinado que seja capaz de transformar os planos idealizados em ações efetivas e eficazes.
- h) Capacidade da área de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D): organizações que possuam na área de P&D equipes flexíveis e criativas, podem não só viabilizar a causa ambiental internamente, mas também transformar este *know-how* em atividades de consultoria para outras empresas, desenvolvendo novas oportunidades de negócios.
- i) Capital: a grande indagação é não saber se o dinheiro investido com a questão ambiental terá retorno. Como esse retorno não pode ser previsto, sempre haverá necessidade de aporte de capitais próprios ou de terceiros para que a empresa se integre na causa ambiental. Para minimizar este impacto, as empresas poderão negociar com os órgãos governamentais de controles que resultem em cronogramas mais amplos e padrões de emissão decrescentes que poderão viabilizar ao longo do tempo, objetivos difíceis de serem alcançados no curto prazo.

A partir das ações listadas anteriormente, escolher por organizações sustentáveis tem real valor e representa vantagem competitiva em um mercado cada vez mais acirrado. Portanto, é cabal que as empresas reflitam sobre os pressupostos da gestão ambiental e a implemente em seus processos.

3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

3.1 Dificuldades para implantação da gestão ambiental pelas empresas

Para Chan; Wong (2006) e Callenbach (1993 apud KRAEMER, 2005), a administração ambiental associa-se com a ideia de solucionar os entraves ambientais em benefício da empresa. Necessita de uma dimensão ética e suas motivações fundamentais contemplam a observância da legislação e o

melhoramento da imagem corporativa. Seu impulso é a transformação de valores e princípios na cultura empresarial.

Apesar do entendimento da sua relevância, a implementação da gestão ambiental pelas empresas não é uma tarefa simples, pois segundo Herckert (2004) é muito complexo compatibilizar o crescimento/desenvolvimento econômico com a preservação do meio ambiente, pois os investimentos em ações de proteção ambiental são, em geral, percebidos como negativos ao desempenho financeiro corporativo e como um desvio de capital o qual poderia estar sendo empregado mais produtivamente (TACHIZAWA, 2002; ALBERTI et al., 2000).

Paralelamente aos entraves citados, pesquisa objetivando verificar, por meio de uma pesquisa tipo survey, os benefícios e as dificuldades da adoção da gestão ambiental em empresas industriais do Estado de São Paulo, constatou a elevação dos custos empresariais decorrentes da adequação da estrutura organizacional, treinamentos, desenvolvimento de programas de sensibilização/conscientização, modernização de equipamentos, criação de auditorias, entre outros (OLIVEIRA; SERRA, 2010). Também, os autores encontraram as mudanças rotineiras na legislação ambiental que inviabilizam e dificultam o implemento dos procedimentos presentes na norma ISO 14000.

Mesmo considerando as dificuldades citadas, as empresas estão tendo que se adequar às novas concepções que giram em torno das questões ambientais, especialmente por que estão ancoradas ao novo modo dos consumidores perceberem as organizações e suas responsabilidades. Atualmente, “as expectativas dos clientes não se cingem à procura de um determinado nível de qualidade ao menor custo. Eles estão cada vez [...] predispostos a comprar e usar produtos que respeitem o ambiente” (KRAEMER, 2005, p. 09).

3.2 Importância da gestão ambiental para as empresas

A gestão ambiental é de suma importância para as empresas, uma vez que as conduz para melhores oportunidades de ganho empresarial, conforme identificadas sequencialmente (KRAEMER, 2005; EPELBAUM, 2004):

- Economia nos custos reduzindo os impactos ambientais (eco eficiência) e tratando bem os empregados;

- Aumento da receita promovendo melhorias ambientais (produtos ecológicos que possibilitam um preço “*premium*” e recuperação de resíduos) e beneficiando a economia local;
- Pormenorizar riscos por meio do engajamento dos interessados (*stakeholders*);
- Melhorar a reputação incrementando a eficiência ambiental;
- Desenvolvimento do capital humano com uma gestão de recursos humanos mais eficiente;
- Progressos gerais na organização interna e na imagem corporativa;
- Aumento da satisfação e confiança dos clientes;
- Ampliação da motivação e envolvimento dos colaboradores internos;
- Melhora da posição competitiva, face aos concorrentes não certificados;
- Acesso a determinados mercados, em face de um sistema com base em critérios internacionalmente aceitos.

É possível incorporar o avanço positivo nos processos industriais com a preservação ambiental e por meio da gestão ambiental, bem como das novas demandas mundiais, as organizações passam a edificar metas ambientais de produção, assumindo tecnologias destinadas a reciclagem de materiais, minimização da emissão de efluentes e certeza da qualidade do ciclo de vida dos produtos (OLIVEIRA; SERRA, 2010; ALBERTON; COSTA JÚNIOR, 2007).

Deste modo, afirma-se que os empreendimentos necessitam com urgência gerir seus recursos sob a dimensão ecológica, integrando o controle ambiental ao fator econômico, “o que se converterá em ganhos nos negócios e para a sociedade, o que está diretamente relacionado à imagem da empresa” (NOVAES; MOREIRA NETO, 2010, p. 102). Destaque para “marketing verde”, o qual sugere melhoramentos na imagem da empresa e de seus bens e serviços, por meio da concepção de novos produtos “verdes” e de estratégias direcionadas à proteção do meio ambiente (PEDROSA, 2008).

3.3 Benefícios da gestão ambiental para as empresas

Embora para a maior parte das organizações os gastos com as adaptações as requisições ambientais representem um investimento expressivo, os benefícios

financeiros e as vantagens competitivas emergem mesmo que em longo prazo. Destarte, o uso dos alicerces da gestão ambiental como os mecanismos produtivos mais limpos, sempre considerando a melhoria contínua na produção, geram maior eficiência e competitividade para a empresa (NOVAES; MOREIRA NETO, 2010).

Para Oliveira; Serra (2010, p. 436), a gestão ambiental é uma ferramenta usada por empresas para melhorar e controlar suas atividades de maneira a minimizar a poluição do meio ambiente, o que conduz para a economia e maior competitividade em face da modernização de planos, projetos, processos e da diminuição do desperdício e da produção de resíduos.

Lins e Silva (2009), Alberton e Costa Júnior (2007), Leão e Falcão (2002) e Donaire (1999) destacam, principalmente, os benefícios econômicos e estratégicos da implantação de um gestão ambiental, o qual pode se refletir em ganhos de mercado e na minimização de custos empresariais. Deste modo, ser uma empresa preocupada com questão ambiental é uma determinação politicamente adequada e uma ação estratégica proativa e sustentável.

Então, a adoção das ferramentas da gestão ambiental pelas corporações trazem inúmeros e incontáveis benefícios. Originam a diminuição de custos devido a melhoria da eficiência dos processos, minimização de consumos (matéria-prima, água, energia), conduz a melhoria da própria imagem corporativa e sua aceitação pela sociedade (KRAEMER, 2005). Para Alberton e Costa Júnior (2007, p. 157), o maior benefício para as empresas é “a formação de uma imagem que as tornem mais atraentes diante do mercado globalizado, dando-lhes maior competitividade”.

Atrelada aos aspectos citados, internamente, ao instituir uma estrutura de gestão ambiental toda a organização é modificada, redefinindo funções, responsabilidades e autoridades, conduzindo ao aumento da motivação dos colaboradores (KRAEMER, 2005).

Considerando os custos, aqueles empreendimentos que investem pesadamente na gestão ambiental é possível impedir futuros desastres, crises e penalidades decorrentes de irresponsabilidades ambientais. Soma-se a redução de custos com matéria-prima desperdiçada e com processos ineficientes. Corporações que andam a frente da regulamentação tornam mínimo o impacto ambiental de seus bens, serviços e/ou processos e estão melhor situadas perante os padrões futuros (ALBERTON e COSTA JÚNIOR, 2007).

Pesquisando empresas de tamanho e características distintas, Epelbaum (2004) encontrou os seguintes resultados e benefícios:

- Pequenas e médias empresas: redução de custos, mas apresentam vantagens com receitas mais elevadas e maior acesso ao mercado, principalmente devido os bens e serviços ecológicos;
- Empresas nacionais e multinacionais sediadas em mercados emergentes: proveitos em todas as áreas, sobretudo com a diminuição de custos decorrente do aprimoramento dos processos ambientais;
- Multinacionais estrangeiras, com sede em nações desenvolvidas, porém operando em mercados emergentes: desfrutam, majoritariamente, de benefícios intangíveis, como a minoração de riscos e o desenvolvimento do capital humano;
- Empresas exportadoras que seguem padrões e sistemas de gestão sustentáveis: aumentam seu ingresso aos mercados e por vezes conseguem ofertar preços mais elevados em seus produtos.

Ante aos resultados e benefícios expostos, podem-se destacar seis razões para que um gestor busque aplicar o princípio da gestão ambiental na sua empresa (DONAIRE, 1999):

- a) Sem empresas com orientação para o meio ambiente, não haverá economia orientada para o meio ambiente e sem economia não se pode esperar uma vida humana com o mínimo de qualidade.
- b) Sem empresas orientadas para o meio ambiente, não haverá consenso entre o público e a comunidade empresarial, e sem consenso entre ambos, não poderá existir livre economia de mercado.
- c) Sem a gestão ambiental, a organização perderá oportunidades no mercado em rápido crescimento e aumentará o risco de sua responsabilidade por danos ambientais, resultando em perda de dinheiro.
- d) Sem gestão ambiental da empresa, os conselhos de administração, diretores executivos, chefes de departamento verão suas responsabilidades aumentadas em face dos danos ambientais, pondo em risco sua carreira profissional.
- e) Sem gestão ambiental da empresa, serão desaproveitadas muitas oportunidades de custo.

- f) Sem a gestão ambiental da empresa, os homens de negócios estarão em conflito com sua própria consciência, e sem autoestima não poderá existir verdadeira identificação com o seu emprego ou a profissão.

No mais, a implantação dos pressupostos da gestão ambiental proporciona o envolvimento de toda a empresa (LOPES, 2007), portanto, adotando a gestão ambiental nos seus planos de negócios além de contribuir com o seu próprio bem estar e o dos seus clientes, também poderá vir a ganhar benefícios econômicos e estratégicos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme pesquisa, foi possível verificar quais os aspectos inerentes a gestão ambiental nas empresas, especialmente sua importância, benefícios e dificuldades, fatores que possibilitaram o alcance do objetivo inicialmente proposto.

Portanto, verificou-se que alguns elementos são dificultores do processo de implementação das ferramentas e dos princípios da gestão ambiental por parte dos empreendimentos. O aspecto mais evidenciado na literatura refere-se aos custos organizacionais para efetivar a adoção dos pressupostos da gestão ambiental. Eis que permeia a discussão entre investir ou não; se é possível aliar o desenvolvimento econômico com a proteção ambiental.

Contrariamente, os benefícios superam as dificuldades, já que apresentam vantagens com o capital humano, com os consumidores, com a concorrência. Em contrapartida, como maior benefício tem-se a formação de uma imagem positiva perante o mercado global, propiciando-lhes maior competitividade.

Tais possibilidades repercutem sobre a importância da gestão ambiental para as empresas, devendo ser percebida atualmente como uma oportunidade, um diferencial competitivo, ou melhor, o imperativo para a sobrevivência do empreendimento. Assim sendo, recomenda-se que as organizações, independentemente de seu porte, segmento, localização geográfica, adotem a gestão ambiental em seus processos.

REFERÊNCIAS

ALBERTI, M.; CAINI, L.; CALABRESE, A.; ROSSI, D. Evaluation of the costs and benefits of an environmental management system. **International journal of production research**, v. 38, n. 17, 4455-66, 2000.

ALBERTON, A.; COSTA JÚNIOR, N. C. A. Meio Ambiente e Desempenho Econômico-Financeiro: Benefícios dos Sistemas de Gestão Ambiental (SGAs) e o Impacto da ISO 14001 nas Empresas Brasileiras. **RAC-Eletrônica**, v. 1, n. 2, p. 153-71, Maio/Ago. 2007.

ANDREOLI, C. C. Gestão ambiental. In: Faculdades Bom Jesus. **Economia empresarial**. Curitiba: Associação Franciscana de Ensino Senhor Bom Jesus, 2002. 70p. p. 61-70. (Coleção gestão empresarial, 2).

BARBOSA, G. S. O desafio do desenvolvimento sustentável. **Revista Visões**, v. 1, n. 4, p. 1-11, jan/jun 2008.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2007.

BAYARDINO, R. A. **A Petrobrás e o desafio da sustentabilidade ambiental**. Monografia[graduação].Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

CAMARGO, A. Governança para o século 21. In: TRIGUEIRO, A. **Meio Ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

CARVALHO, A. **Gestão sustentável de cadeias de suprimento: análise da indução e implementação de práticas socioambientais por uma empresa brasileira do setor de cosméticos**. São Paulo. 2011.

CHAN, E. S. W.; WONG, S. C. K. Motivations for ISO 14001 in the hotel industry. **Tourism Management**, v. 27, p. 481-92, 2006.

DALLAS, N. **Como tornar sua empresa ecologicamente responsável: 24 lições para superar os desafios do aquecimento global**. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

DONAIRE, D. **Gestão Ambiental na Empresa**.2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

EPELBAUM, M.A **influência da gestão ambiental na competitividade e no sucesso empresarial**. Dissertação [Mestrado]. Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2004. 190p. Disponível em: <<http://www.elluxconsultoria.com.br/dmichel.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2013.

GRIFFITH, J. J. **Gestão Ambiental: Uma Visão Sistêmica**. Viçosa, Departamento de Engenharia Florestal, Universidade Federal de Viçosa, 2005. (Apostila das disciplinas ENF388 e ENF686).

HASAN, M.; MORRISON, A. Current University Environmental Management Practices. **Journal of Modern Accounting & Auditing**, v. 7, n. 11, p. 1292-300, 2011.

HERCKERT, W. (2004). **Ativo e passivo ambiental**. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/economia/ativo-passivo-ambiental.htm>>. Acesso em: 16 jul. 2013.

KRAEMER, M. E. P. A busca de estratégias competitivas através da gestão ambiental. **Janela na Web**, Portugal - Lisboa, 2005.

LEÃO, A. L. C.; FALCÃO, C. A. C. **Fazendo educação e vivendo a gestão ambiental**. Recife: CPRH, 2002.

LINS, L. S.; SILVA, R. N. S. Responsabilidade Sócio-Ambiental ou Greenwash: Uma Avaliação com Base nos Relatórios de Sustentabilidade Ambiental. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, jan/jun 2009.

LOPES, R. R. **Gestão ambiental**: estudo sobre o reuso da água no curtume do centro de tecnologia do couro e do calçado Albano Franco – SENAI/PB. Monografia [graduação]. Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande: UEPB, 2007.

MELO NETO, F. P.; BRENNAND, J. M. **Empresas socialmente sustentáveis**: o novo desafio da gestão moderna. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

NOVAES, L. G.; MOREIRA NETO, P. L. Os benefícios da gestão ambiental externalizada para pequenas e médias empresas. **Revista de Biologia e Ciências da Terra**, v. 10, n. 1, p. 94-102, 2010.

NUNES, R. **O que é sustentabilidade?** 2008. Disponível em: <<http://www.ecologiaurbana.com.br/sustentabilidade/o-que-e-sustentabilidade/>>. Acesso em: 07 jul. 2010.

OLIVEIRA, O. J.; SERRA, J. R. Benefícios e dificuldades da gestão ambiental com base na ISO 14001 em empresas industriais de São Paulo. **Produção**, v. 20, n. 3, p. 429-38, 2010.

PEDROSA, A. S. Gestão ambiental: construindo organizações para a sustentabilidade. **Revista Qualit@s**, v. 7, n. 2, 2008.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo, Cortez Editora, 2005.

SANTIAGO, D. L.; DUARTE, L. S. Desafios e vantagens da gestão ambiental no contexto organizacional. In: III Encontro Científico E Simpósio De Educação Unisalesiano, 2011. **Anais** do III Encontro Científico e Simpósio de Educação UNISALESIANO, Lins, São Paulo, 2011.

SCHULTE, N. K.; LOPES, L. Sustentabilidade ambiental: um desafio para a moda. **Modapalavra e-periódico**, ano 1, n. 2, p. 30-42, ago-dez 2008.

SICHE, R.; AGOSTINHO, F.; ORTEGA, E.; ROMEIRO, A. Índices versus indicadores: precisões conceituais na discussão da sustentabilidade de países. **Ambiente & Sociedade**, Campinas, v. X, n. 2, p. 137-48, jul.-dez. 2007.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2002.