

Instrumentos de Gestão Ambiental: Uma Ferramenta para Competitividade

Fabiana Alves Boschetti

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso (IFMT)

Campus Cuiabá- Bela Vista

fabianaboschetti@gmail.com

Alencar Garcia Bacarji

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso (IFMT)

Campus Cuiabá- Bela Vista

alencarbacarji@gmail.com

RESUMO

O objetivo deste estudo foi relacionar as diferentes abordagens acerca dos instrumentos de gestão ambiental como ferramentas para a competitividade no mercado, e, especificamente, pretende-se: apresentar um breve histórico sobre a evolução das questões ambientais, caracterizar as formas de orientação estratégica da gestão ambiental no contexto organizacional e, analisar, segundo a literatura, a importância desses instrumentos como indutores a competitividade. Para o desenvolvimento do trabalho, foi realizado um estudo exploratório, por meio do levantamento dos principais estudos teóricos e empíricos na área. Conclui-se que tais instrumentos associados a crescente difusão da consciência ambiental e ecológica na sociedade, fez com que a maioria das empresas deixasse de considerar o meio ambiente como um custo adicional a produção, levando a uma nova discussão - a criação de processos e produtos ambientalmente corretos.

Palavras-chave: *Instrumentos de Gestão Ambiental, Competitividade, Sustentabilidade.*

1. INTRODUÇÃO

A reorganização da produção, as alterações das relações sociais, físicas e naturais, são resultados do progresso técnico e globalizado acelerado que o desenvolvimento econômico vem proporcionando.

Nos últimos anos, constatou-se que a responsabilidade sócio-ambiental vem influenciando cada vez mais no desempenho econômico das empresas, atualmente sendo evidenciado pela criação dos índices financeiros de sustentabilidade, tais como o Índice BOVESPA de Sustentabilidade e *Down Jones Sustainability Index*, entre outros. (NOGUTI, 2008)

Em termos operacionais, têm-se notado que realização de um processo de gestão ambiental correta e sustentável deixou de ser uma “opção” para se tornar um diferencial competitivo, contribuindo para manutenção das empresas no mercado globalizado.

Dessa forma, constata-se que as forças de mercado vêm impondo um movimento dinâmico a variável ambiental, tornando-se fontes de importantes transformação nas empresas.

Nesse contexto, o objetivo deste estudo é relacionar diferentes instrumentos de gestão ambiental como ferramentas para a competitividade no mercado, e, especificamente, pretende-se: apresentar um breve histórico sobre a evolução das questões ambientais, caracterizar as formas de orientação estratégica da gestão ambiental no contexto organizacional e, analisar, segundo a literatura, a importância desses instrumentos como indutores a competitividade.

2. MÉTODO

Segundo a metodologia proposta por Lakatos e Marconi (2001), utilizou-se nesse estudo o método dedutivo, pois dispõe para o esclarecimento, teorias previamente estabelecidas.

O método utilizado contempla um estudo exploratório, por meio do levantamento dos principais estudos teóricos e empíricos que abordam o objeto da pesquisa.

Dado a escolha de uma pesquisa exploratória, este estudo não teve como objetivo apresentar hipóteses e sim ajudar a estabelecer as prioridades a pesquisar.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 A EVOLUÇÃO DA QUESTÃO AMBIENTAL

A questão ambiental tem sido cada vez mais discutida nos últimos anos. Começou a ser esboçada a partir de 1960, teve um momento de auge na década seguinte, com o relatório *The Limits to Growth*, elaborado por técnicos do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), encomendado pelo Clube de Roma. Ganhou espaço a partir da Conferência das Nações Unidas (ONU) sobre o Ambiente Humano, realizada em Estocolmo em 1972, e por vinte anos agitou debates. Fundamentou programas de governos e ações decisivas de Organizações Não-Governamentais (ONGs), alterou significativamente a geopolítica mundial, e vem inspirando o ideal de novos modelos de civilização.

A partir daí, foram realizadas várias conferências mundiais sobre o Destino da Terra (*Fate of the Earth*), conferências que se tornaram bienais a partir de 1982 e que culminam com a elaboração do relatório da Comissão *Brundtland* – Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento – *Nosso Futuro Comum*, apresentado à assembleia geral da ONU em 1987. Nesse relatório é oficializado o conceito de desenvolvimento sustentável, tentando conciliar necessidades sociais à conservação ambiental.

Em 1992 temos outro marco: a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio 92. Nessa ocasião vários documentos foram discutidos e protocolos foram firmados, entre eles a Agenda 21, a Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Convenção da Biodiversidade, a Convenção do Clima e a Declaração de Princípios sobre Florestas, todos em torno da questão da harmonia entre desenvolvimento econômico e social e, por fim, a capacidade de sustentação de nosso ecossistema.

3.2 GESTÃO AMBIENTAL, INSTRUMENTOS DE GESTÃO E COMPETITIVIDADE

Dentre as muitas definições apresentadas na literatura sobre gestão ambiental, destaca-se, por sua concisão, adotada por Nilsson (1998):

Gestão ambiental envolve planejamento, organização, e orienta a empresa a alcançar metas ambientais específicas, em uma analogia, por exemplo, com o que ocorre com a gestão de qualidade. Um aspecto relevante da gestão ambiental é que sua introdução requer decisões nos níveis mais elevados da administração e, portanto, envia uma mensagem clara à organização de que se trata de um

compromisso corporativo. A gestão ambiental torna-se um instrumento importante para as organizações em suas relações com consumidores, o público em geral, agências governamentais, etc (NILSSON 1998 apud CORAZZA 2003, p. 04).

A gestão ambiental é uma ferramenta utilizada pelos dirigentes de organizações para atuarem na área de meio ambiente de forma que se integrem as normas e sistematizem suas operações de acordo com as exigências do mercado e, conforme destaca Bruns (2009):

A gestão ambiental é consequência natural da evolução do pensamento da humanidade em relação à utilização dos recursos naturais (BRUNS, 2009).

Por outro lado, verifica-se que a gestão ambiental é também uma questão de princípio. Princípio que emana do desenvolvimento sustentável, que deve sempre levar em consideração um juízo de valor formado a partir de uma escala de valores baseada em três tipos: valores não-tangíveis – como por exemplo, ética, estética, cultura, entre outros –, valores ecológicos e valores econômicos. Essas considerações conduzem a aceitar a definição proposta por Coimbra (2002) sobre o conceito de desenvolvimento econômico:

Desenvolvimento é um processo contínuo e progressivo, gerado na comunidade e por ela assumido, que leva as populações a um crescimento global e harmonizado de todos os setores da sociedade, pelo aproveitamento dos seus diferentes valores e potencialidades, de modo a produzir e distribuir os bens necessários à satisfação das necessidades individuais e coletivas do ser humano por intermédio de um aprimoramento técnico e cultural e com o menor impacto ambiental possível (COIMBRA, 2002).

De maneira geral, verifica-se que a gestão ambiental caracteriza-se por um campo muito extenso. Essa extensão se explica porque o tema meio ambiente precisa ser entendido em sua complexidade como um conjunto de fatores que constituem o todo. O tratamento multidisciplinar é, dessa forma, um requisito básico para o enfrentamento de problemas ambientais, o que exige o trabalho de profissionais de diferentes formações atuando de forma articulada e envolvendo toda a sociedade.

Necessidades emergentes e problemas crônicos acabam por demandar estudos relacionados com formas de gestão ambiental, ainda que voltados a temas setoriais, que exigem uma compreensão e ação integrada. A abordagem da gestão ambiental pode apresentar-se sob dois olhares: o primeiro se refere à compreensão do significado da expressão meio ambiente, com uma abordagem integrada, que procura abranger simultaneamente as questões que interferem no meio ambiente natural ou construído; o segundo diz respeito à característica abrangente da gestão ambiental que envolve a saúde pública, o planejamento territorial, bem como as interações envolvendo diferentes sistemas.

As contribuições da gestão ambiental para as diferentes atividades da organização são agrupadas, conforme destacam Groenewegen & Vergragt (1991 apud Corazza, 2003) em três esferas: produtiva, da inovação e estratégica.

Na esfera produtiva, conforme afirmam os autores, a gestão ambiental intervém, por um lado, no controle do respeito às regulamentações públicas pelas diferentes divisões operacionais e, por outro, na elaboração e na implementação de ações ambientais. Estas ações dizem respeito à manutenção, à conformidade ambiental dos fornecedores, dos sítios de produção, etc.

Já na esfera da inovação, a gestão ambiental aporta um auxílio técnico duplo: de um lado, acompanhando os dispositivos de regulamentação e das avaliações ecotoxicológicas de produtos e emissões a serem respeitados; de outro, auxiliando a definir projetos de desenvolvimento (de produtos e tecnologias).

E, por fim, afirmam os autores, na esfera estratégica, a gestão ambiental fornece avaliações sobre os potenciais de desenvolvimento e sobre as restrições ambientais emergentes (resultantes tanto da regulamentação quanto da concorrência).

Ainda segundo Groenewegen & Vergragt (1991 apud Corazza, 2003) quando se trata de avaliar a influência da gestão ambiental sobre a orientação estratégica de uma organização, é determinante o posicionamento dos responsáveis ambientais da gestão ambiental na estrutura hierárquica e o alcance de suas atribuições específicas.

Quando o assunto é gestão, não se pode deixar de evidenciar o processo de planejamento. O planejamento na área ambiental revela-se como um recurso instrumental eficiente para ser utilizado na gestão ambiental, assim como é utilizado em outros segmentos, tanto na administração pública, como na administração privada.

Nas últimas décadas foram realizados muitos trabalhos de planejamento ambiental, zoneamento ecológico-econômico, ordenação do território, planejamento do meio físico, ecologia da paisagem, etc. Para esse fim adotaram-se diferentes enfoques e metodologias, com foco de atenção em aspectos temáticos e âmbitos geográficos distintos. A ordenação e a gestão do território constituem o processo de estabelecimento e promulgação de normas concretas de uso (zoneamento, medidas de controle, etc) e implementação, realização, monitoramento e controle dos processos elaborados de acordo com as diretrizes de planejamento.

Nas atividades de planejamento ambiental estratégico, Donaire (1995) ressalta que:

[...] deverá avaliar o ambiente externo procurando identificar no que diz respeito às questões ecológicas, as oportunidades e os riscos existentes na legislação ambiental, no nível de consciência dos consumidores e da sociedade como um todo, no que está sendo feito pela indústria a que a empresa pertence, no comportamento dos concorrentes e no avanço tecnológico nesse campo (DONAIRE, 1995).

A partir daí, caberá a esta área analisar os pontos fortes e fracos da organização, de forma a adequá-los aos objetivos estabelecidos.

O planejamento ambiental torna-se importante ao tempo em que se necessita estabelecer projetos de desenvolvimento para atender a uma demanda crescente da sociedade, discutindo instrumentos e instituindo mecanismos que busquem minimizar os impactos no meio ambiente, numa tentativa de conciliação das necessidades, ao menor custo social e econômico possível.

Os instrumentos de gestão ambiental, por sua vez, revelam-se como ferramentas que visam auxiliar no processo de planejamento, bem como na operacionalização da gestão ambiental, de modo que esta gestão possa ser integrada de maneira estratégica por todas as suas atividades.

Segundo Donaire (1995), até os anos 70, praticamente todas as operações empresariais eram guiadas exclusivamente pelos indicadores econômicos, sendo as variáveis sociais e políticas muito pouco significativas no processo decisório. Em relação a responsabilidade ambiental, sua percepção também era pequena: para a grande maioria das empresas, a postura era meramente reativa, ou seja, apenas buscavam cumprir as exigências dos órgãos ambientais. Na medida em que o ambiente organizacional tornava-se mais complexo, tal postura foi sendo modificada.

Ainda segundo o autor, a partir dos anos 80, passa-se a visualizar um mercado promissor oriundo da responsabilidade social, agora considerada uma necessidade de sobrevivência para as organizações, enxergando nessa nova demanda uma oportunidade tecnológica e organizacional.

Vários autores, entre eles, Sanches (2000) e Carrieri (2003) afirmam que as melhorias ambientais têm de ser vistas com uma oportunidade para tornar as empresas mais competitivas, e não apenas como uma fonte de custo. O uso ineficiente dos recursos e a possibilidade de perda da posição no mercado levam as organizações a adotarem uma posição pró-ativa junto ao meio ambiente.

Segundo Donaire (1995), qualquer decisão a ser tomada em relação a variável ambiental, dá a percepção de aumento de despesas e conseqüentemente de custos, o que não se revela verdade.

De modo geral, o empresariado perde grandes oportunidades quando não está efetivamente comprometido com o meio ambiente. Ainda segundo Carrieri (2003) as empresas que lidam com as pressões ambientalistas de modo criativo podem obter grandes vantagens competitivas.

Quando enfocamos as vantagens competitivas, verifica-se que, conforme afirmam Porter e Van der Linde (1995), os processos de gestão ambiental eficazes do ponto de vista sócio-ambiental, serão os futuros definidores das organizações eficazes e de destaque no ambiente competitivo, na medida em que atenderão às necessidades e expectativas de seus públicos diversos.

Segundo Silva (2001) em geral, os benefícios competitivos advindos da gestão ambiental, podem ser definidores para aquelas empresas que se valerem da dianteira da introdução de mudanças técnicas e organizacionais, alimentadas por inovações substantivas.

De acordo com Azzone, Bertelé e Noci (1997 *apud* Silva, 2001) existem algumas estratégias ambientais, classificadas em termos de percepção de mudança do ambiente externo e comportamentos resultantes, as quais refletem as posturas estratégicas, podendo ser:

a) Estratégia ambiental lobista/passiva: as questões ambientais são consideradas por parte de seus dirigentes como ameaças às suas posições competitivas. Utilizam-se, portanto, de estratégias lobistas frente aos “*stakeholders*”, tentando reduzir o seu nível de exigências com o intuito de limitar os investimentos em novas e limpas tecnologias.

b) Estratégia ambiental reativa: As empresas que adotam essa estratégia regem aos estímulos externos, tais como pressão dos “*stakeholders*” e iniciativa de concorrentes, incorporando e gerenciando as questões ambientais com o objetivo de não perder lucratividade.

c) Estratégia “verde” antecipativa: para as empresas que adotam essas estratégias, o tempo é fundamental para firmar um posicionamento competitivo, uma vez que elas acreditam que ao se antecipar às evoluções das regulamentações, obterão vantagens de redução de custos de conformidade ou de ser o primeiro a mover-se. As competências técnico-científicas direcionados à questão ambiental são determinantes para a consolidação desse posicionamento, já que uma correta análise dos prognósticos dos padrões ambientais permitirá à empresa criar valor através dos seus recursos internos, apresentando soluções de infraestrutura difíceis de serem copiados, fortalecendo, portanto, uma diferenciação competitiva.

d) Estratégia Verde orientada à inovação: essa estratégia se difere da anterior uma vez que são introduzidas inovações em processos, com melhorias no desempenho ambiental da empresa, ou inovações em produtos, criando novas exigências no mercado. Os recursos internos, tanto em termos financeiros, como os tecnológicos e organizacionais são fundamentais para catalisar essa estratégia. Uma alta consciência ambiental dos funcionários e um constante direcionamento de busca de soluções ambientalmente amigáveis devem permear o cotidiano operacional da empresa.

Além dessas estratégias que classificam quanto à forma como elas respondem às pressões e demandas ambientais, existem, segundo Passos (2003), algumas estratégias que tratam da forma que elas assumem e da trajetória que seguem. Apesar de haver algumas variações, em geral o autor identifica dois tipos de trajetórias nas estratégias ambientais: as direcionadas a processos e as direcionadas a produtos.

O primeiro foco ocorre na função ligada ao processo. Um processo para ser considerado ambientalmente adequado deve estar próximo dos seguintes objetivos: a) poluição zero; b) nenhuma produção de resíduos; c) nenhum risco para os trabalhadores; d) baixo consumo de energia; e e) eficiente uso dos recursos. Para saber o quanto a empresa está próxima ou longe desses objetivos ideais, é necessário que ela faça uma estimativa de seu balanço ambiental, levando em consideração todas as entradas e saídas do processo produtivo (PASSOS, 2003, p. 39).

Em relação ao segundo foco, verifica-se que a conceituação da empresa ambientalmente amigável é determinada não só pelas características de seu processo produtivo, mas também pelos produtos que fabrica. Assim sendo, produtos obtidos de matérias-primas renováveis ou recicláveis, que não agridem o meio ambiente e que têm baixo consumo de energia devem ter a preferência das organizações engajadas na causa ambiental (PASSOS, 2003, p. 39-40).

Para finalizar, Passos (2003) ressalta que os investidores reagem mais favoravelmente a iniciativas dirigidas a produtos, possivelmente pelo maior efeito sobre a reputação da empresa. Por outro lado, verifica-se que a reação dos investidores indica que a introdução de produtos de menor impacto ambiental ou, o aprimoramento dos já existentes, tende a melhorar a reputação da empresa e, capacitá-la a alcançar estratégias de diferenciação ambientalmente sustentáveis.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A conjunção de fatores de ordem técnico-científica, econômica, sócio-cultural e política, dentre outros fatores, criou tensões crescentes nas relações de convivência da espécie humana com os demais componentes dos ecossistemas existentes.

Em face da crescente degradação ambiental, a mudança de consciência e de comportamento das organizações tornaram-se fundamental para a preservação e a sustentabilidade ambiental, despertando um caráter ambiental-estratégico a várias dessas organizações.

Constata-se, de modo geral, uma mudança em relação ao comportamento organizacional de várias empresas, uma vez que foi demonstrado que é possível obter lucratividade e proteger o meio ambiente, sendo necessário para isso, uma “dose” de criatividade e consciência ambiental. Tais elementos, em conjunto, podem transformar as restrições e ameaças ambientais em oportunidades de negócios, constituindo hoje numa vertente a ser explorada.

Dar ênfase aos instrumentos de gestão ambiental é uma maneira de melhor gerir as organizações, orientar-se na busca de resultados eficientes e lucrativos, lembrando que tais instrumentos associados a crescente difusão da consciência ambiental e ecológica perante a sociedade fez com que a maioria das empresas deixasse de considerar o meio ambiente como custo adicional a produção, levando a uma nova discussão - a criação de processos e produtos ambientalmente corretos - idealizando lucros e crescimento de mercado de maneira sustentável.

Além disso, observa-se a importância dada pelas empresas ao pensarem em amenizar seus impactos ambientais causados pela produção de seus serviços e produtos, uma vez que a não adesão a ações ambientalmente corretas acarreta a perda de posições competitivas.

É importante ressaltar, que para obtenção de resultados eficientes e lucrativos, torna-se necessário que as empresas assumam o planejamento ambiental de maneira integrada, associados a outras variáveis tais como, qualidade e segurança, fundamentais para o aprimoramento dos processos e produtos.

5. REFERÊNCIAS

BARBOSA FILHO, A. N. Segurança do trabalho & gestão ambiental. São Paulo: Atlas, 2001.

BRUNS, G. B. Afinal, o que é gestão ambiental? Ambiente Brasil. Disponível em: <<http://www.ambientebrasil.com.br>>. Acesso em: 09/06/2009.

CARRIERI, A.P. O meio ambiente: discurso consistente ou prática vazia? Uma reflexão sobre os discursos ambientais, a teoria organizacional e o caso brasileiro. RAP, v. 37, n. 6. São Paulo, 2003, p. 1209 –1231.

COIMBRA, J. A. A. O outro lado do meio ambiente: Uma discussão humanista na questão ambiental. Campinas: Millennium, 2002.

CORAZZA, R. I. Organizações - Gestão Ambiental e Mudança da Estrutura Organizacional. Revista de Administração em empresas (RAE-eletrônica), v.2, n. 2. São Paulo, 2003. Disponível em: <http://www.rae.com.br/electronica>. Acesso em 15/06/09.

DONAIRE, D. Gestão Ambiental na Empresa. São Paulo: Atlas, 1995.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. Metodologia de trabalho científico: Procedimentos básicos, pesquisas bibliográficas, projetos e relatórios, publicação e trabalho científico. São Paulo: Atlas, 2001.

NOGUTI, M. B. *et al.* Sistema de Gestão Ambiental: Natura Cosméticos S/A. In: IV Congresso Nacional de Excelência em Gestão – Responsabilidade Sócio-ambiental das Organizações Brasileiras. Niterói: 2008.

PASSOS, L. A. N. Gestão Ambiental e competitividade: Um estudo do setor químico brasileiro. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Maringá. Maringá, 2003.

PHILIPPI JR. A.; ROMERO, M.A.; BRUNA, G.C. Curso de Gestão Ambiental. Barueri: Editora Manole, 2004.

PORTER, M.; LINDE, C. V. D. Ser verde também é ser competitivo. Revista Exame, ed. 597, n. 24, ano 28. São Paulo, 1995, p.72-78.

SANCHES, C. S. Gestão Ambiental Proativa. Revista de Administração de Empresas, v.40, n. 1. São Paulo: 2000. p.76-87.

SILVA, A.A. A empresa e a gestão ambiental: uma análise a partir da perspectiva evolucionista. In: IV Encontro Nacional da Eco-Eco, 2001, BELEM- PA. Anais IV Encontro da Eco-Eco, 2001.