

GESTÃO AMBIENTAL: um olhar para a responsabilidade social das empresas

Emanuella Rodrigues Veras da Costa Paiva ¹

Maria Naftaly Dantas Barbosa ²

Alan Martins de Oliveira ³

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo estudar aspectos relacionados à responsabilidade social e ambiental das empresas. A construção deste artigo foi realizada por meio de uma revisão bibliográfica sobre o tema em artigos científicos e conteúdos digitais. Verifica-se que grande parte das empresas trabalha atualmente com foco nas questões ambientais e sociais. Com efeito, mesmo considerando o aumento dos custos, as empresas podem ampliar seus lucros. Uma possibilidade que amplia a credibilidade das organizações é a obtenção de certificações socioambientais, a exemplo do selo ISO 14001. Trata também da importância do SGA (Sistema de Gestão Ambiental), nas empresas onde o mesmo pode analisar e implementar os 4 Rs, (reduzir, reutilizar, reciclar e recuperar). Compreende-se que a evidenciação de informações de gestão ambiental deva ser mais comumente explicitada nos relatórios, que servem como fontes de informação na tomada de decisão dos diversos usuários proporcionando a prática e benefícios para as empresas. Além disso, a responsabilização das organizações com a sustentabilidade está em acordo com a Agenda 2030, que prevê ações indispensáveis para o desenvolvimento sustentável do planeta.

Palavras-chave: Sistema de Gestão Ambiental, meio ambiente, desenvolvimento sustentável.

INTRODUÇÃO

A preocupação com o meio ambiente, a responsabilidade social, práticas de governança corporativa entre outras medidas, estão contribuindo cada vez mais para uma crescente demanda dentro do mercado financeiro direcionada aos produtos voltados a esse nicho (Rezende, Nunez e Portela, 2008). Nesse sentido, Azevedo e Cruz (2006) destacam que as empresas, cada vez mais, sofrem cobrança da sociedade quanto à prestação de contas no sentido de identificar aquelas entidades que geram prejuízos ou que não acrescentam nenhum valor à qualidade de vida da comunidade onde estão inseridas.

A partir da década de 60, nos países desenvolvidos e nos em desenvolvimento surge a busca pela proteção ao meio ambiente, desde então as empresas começaram a implementar

¹ Mestra pelo Curso Cognição, Tecnologias e Instituições da Universidade Federal Rural do Semi-Árido - UFRSA, verasadm@gmail.com

² Mestra pelo Curso Cognição, Tecnologias e Instituições da Universidade Federal Rural do Semi-Árido - UFRSA, naftallydantas2@gmail.com

³ Doutor pelo Curso de Fitotecnia da Universidade Federal Rural do Semi-Árido - UFRSA, alanmartins@ufersa.edu.br

programas que trabalham e buscam melhorias para este tema, podemos usar como exemplo o SGA (Sistema de Gestão Ambiental), que é planejar as atividades que podem minimizar e eliminar os impactos ambientais. O sistema é uma ferramenta muito importante para as empresas saberem o quanto seu produto tem com o meio ambiente.

A gestão ambiental envolve uma consciência da sociedade, em relação à utilização do meio ambiente de um modo mais inteligente para extrair apenas o que pode ser devolvido. E se isso não for possível tentar recuperar aquilo que já foi destruído.

A prática da gestão ambiental empresarial quando bem aplicada, pode minimizar os custos, evitar desperdícios de matérias-primas e recursos naturais. A empresa também deve passar essa prática adiante, a seus colaboradores para que não ocorra falta de informação entre si, para que desta forma toda saibam a importância da gestão ambiental e possam aplicá-la.

Podendo lembrar também que a sociedade tem um papel fundamental neste processo, pois a mesma pode servir de exemplo para outras gerações. Assim empresa e sociedade buscam juntas o melhor para o meio ambiente.

A busca por este trabalho vem crescendo muito, na esperança que o mercado utilize de sua força para proteger e melhorar a qualidade do meio ambiente e que tudo isso seja realizado com ética e de forma ecologicamente responsável.

Contemporaneamente, as estratégias que visam a sustentabilidade fazem eco à Agenda 2030, da Organização das Nações Unidas (ONU, 2015), que em seu objetivo nº 12 prevê “Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis” com metas que responsabilizam governos, organizações públicas e privadas e a sociedade civil organizada para a produção e consumo sustentável.

Sendo assim, este trabalho tem como objetivo estudar aspectos relacionados à responsabilidade social e ambiental das empresas, por meio de uma revisão bibliográfica sobre o tema.

GESTÃO AMBIENTAL

Devido às transformações no contexto empresarial, muitas organizações têm a consciência que para alcançar um bom desempenho e se manter no mercado de hoje, a sua responsabilidade social não pode ser ignorada, sendo necessário integrá-la em sua estratégia empresarial (Gonçalves e Heliodoro, 2005). Nesse sentido, a responsabilidade da empresa com relação ao meio ambiente está em evidência. Dessa forma, os acionistas, investidores,

bancos e os consumidores estão cada vez mais exigentes, fazendo com que as organizações sintam-se pressionadas a reduzirem o risco ambiental (Souza, 2002).

Segundo Tachizawa (2005), os gastos da empresa com proteção ambiental a partir dos anos 80 começaram a serem vistos não como custos, mas com investimentos no futuro e vantagens competitivas.

A sociedade em geral e a vizinhança em particular está cada vez mais exigente e crítica no que diz respeito a danos ambientais e à poluição proveniente de empresas e atividades. Organizações não-governamentais estão sempre mais vigilantes, exigindo o cumprimento da legislação ambiental, a minimização de impactos, a reparação de danos ambientais ou impedem a implantação de novos empreendimentos ou atividades.

A contaminação do meio ambiente natural pelas indústrias teve início com a Revolução Industrial no século XIX, e dessa época em diante, o problema teve um crescimento exponencial, provocando inúmeras catástrofes ambientais que tiveram repercussão local, regional e global. (DIAS, 2006, p.44)

O surgimento e o crescimento da indústria fizeram com que famílias mudassem da zona rural para urbana e assim surgiu o desenvolvimento, trazendo com ele inovações, conforto, mudanças grandes, consumos e gerando acúmulo de lixo e produzindo poluição.

A gestão ambiental não é mais vista somente pelos ecologistas ou pessoas do ramo, mas sim uma fonte de recursos financeiros. É a consciência da humanidade em relação a utilização do meio ambiente de um modo mais inteligente para extrair apenas o que pode ser devolvido. E se isso não for possível tentar recuperar aquilo que já foi destruído.

A prática da Gestão Ambiental introduz a variável ambiental no planejamento empresarial e, quando bem aplicada, permite a redução de custos diretos pela diminuição do desperdício de matérias-primas e de recursos cada vez mais escassos e mais dispendiosos, como água e energia e de custos indiretos representados por sanções e indenizações relacionadas a danos ao meio ambiente ou à saúde e da população de comunidades que tenham proximidade geográfica com as unidades de produção da empresa.

O objetivo maior da gestão ambiental é busca permanente de melhoria da qualidade ambiental dos serviços, produtos e ambiente de trabalho. Esta busca, é, portanto, um processo de melhoria constante desse sistema. A responsabilidade da gestão ambiental não está restringida somente as empresas, mas também para a população em geral. O povo necessita de reeducação, cultura e discernimento da importância deste assunto.

Compradores de produtos intermediários estão exigindo cada vez mais produtos que sejam produzidos em condições ambientais favoráveis. A imagem de empresas

(83) 3322.3222

contato@congresso-conimas.com.br

www.congresso-conimas.com.br

ambientalmente saudáveis é mais bem aceita por acionistas, consumidores, fornecedores e autoridades públicas. Acionistas conscientes da responsabilidade ambiental preferem investir em empresas lucrativas sim, mas ambientalmente responsáveis. A gestão ambiental empresarial está na ordem do dia, principalmente nos países ditos industrializados e também já nos países considerados em vias de desenvolvimento.

A partir do momento que a população vai tomando conhecimento da preservação do meio ambiente a opinião pública sente a necessidade de pressionar empresas a cumprirem o seu papel diante dessa situação.

O mercado consumidor também contribui para com a responsabilidade social, comprando mercadorias que ajudam o meio ambiente, analisando as embalagens que possuem o selo ISO 14000, que atesta participação com os cuidados do meio ambiente.

O governo também tem o seu papel diante dessa situação definir as leis e fiscalizar o seu cumprimento para melhorar o meio em que vivemos.

SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL

O objetivo do SGA é planejar as atividades que podem minimizar e eliminar os impactos ambientais. O responsável pela implementação do sistema deve analisar que ele seja estabelecido documentado e mantido de acordo com as normas descritas para manter a eficiência e eficácia.

O sistema é uma ferramenta muito importante para as empresas saberem o quanto seus produtos têm com o meio ambiente. As empresas devem informar seus funcionários sobre a importância do Sistema em geral, pois com isso pode vir a melhorar o ambiente em seus afazeres e trabalhos conforme os procedimentos específicos.

A empresa deve manter contato entre seus funcionários de acordo com os níveis hierárquicos para receber e responder as partes externas.

Deve também controlar todos os documentos exigidos pela norma e rotina do SGA, para manter em ordem os registros ambientais, incluindo, os referentes as formações e auditorias, e devem estar identificáveis e acessíveis.

É dever da direção da empresa rever o sistema e avaliar sua eficiência sendo sempre documentados. Após essa análise verificar se há necessidade de ocorrer alguma modificação no sistema implantado, para dar melhoria contínua e algumas modificações externas.

Devemos salientar que a empresa é a única responsável pela adoção de um SGA e conseqüentemente de uma política ambiental. Só após sua adoção, o cumprimento e a

conformidade devem ser seguidos integralmente, pois eles adquirem configuração de “sagrados”. Portanto, ninguém é obrigado a adotar um SGA e/ou Política Ambiental; depois de adotados, cumpra-se o estabelecido sob pena da organização cair num tremendo descrédito no que se refere às questões ambientais. Os programas de gestão ambiental podem conter e envolver:

- O desenvolvimento de produtos que possam ser reciclados;
- Pensar o descarte de um produto após seu consumo;
- Separação do lixo;
- Adoção de tecnologias limpas;
- Programas de reciclagem e reaproveitamento de resíduos;
- Abordagem dos 4Rs (reduzir, reutilizar, reciclar e recuperar);
- Adotar uma postura de responsabilidade ambiental, buscando a não contaminação de qualquer tipo de ambiente natural;
- Medidas de economia de energia, água e outros materiais de consumo.

Um processo de gestão ambiental deve abranger uma nova cultura, uma mudança de consciência que nos leve a pensar e adotar outras formas de viver o hoje, pensando no amanhã. Os recursos naturais dependem de práticas responsáveis que devem ser geridas por uma ação coletiva das instituições, dos governos e da sociedade como um todo.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Segundo Tinoco (2001), o conceito de responsabilidade social corporativa deve enfatizar o impacto das atividades das empresas para os agentes com os quais interagem (stakeholders), empregados, fornecedores, clientes, consumidores, colaboradores, investidores, competidores, governos e comunidade.

Com esse conceito deve-se criar um compromisso de valores conduta e procedimentos que motivem o contínuo aperfeiçoamento dos processos empresariais para que os mesmos resultem em preservação, melhoria da qualidade de vida da sociedade do ponto de vista ético, social e ambiental.

Segundo Smith (1994), há algumas décadas o tema responsabilidade social corporativa vem sendo alvo de inúmeros debates no meio acadêmico e empresarial. Mais recentemente, observa-se uma transformação no próprio conceito: de uma concepção antes baseada na caridade e no altruísmo, para uma associação entre responsabilidade social e estratégia empresarial.

Em outras palavras, atuar como organização transformadora da sociedade passou a ser considerado pelas empresas como importante fonte de vantagem competitiva.

A responsabilidade social da empresa deriva justamente de seu grande poder social. Este autor aponta a importância do papel das empresas na sociedade, considerando que as decisões empresariais têm amplas consequências sociais e que, portanto, não podem ser tomadas unicamente motivadas por fatores econômicos.

As transformações socioeconômicas dos últimos 20 anos têm afetado profundamente o comportamento de empresas até então acostumadas à pura e exclusiva maximização do lucro. Se por um lado o setor privado tem cada vez mais lugar de destaque na criação de riqueza; por outro lado, é bem sabido que com grande poder, vem grande responsabilidade. Em função da capacidade criativa já existente, e dos recursos financeiros e humanos já disponíveis, empresas têm uma intrínseca responsabilidade social.

A ideia de responsabilidade social incorporada aos negócios é, portanto, relativamente recente. Com o surgimento de novas demandas e maior pressão por transparência nos negócios, empresas se veem forçadas a adotar uma postura mais responsável em suas ações.

Infelizmente, muitos ainda confundem o conceito com filantropia, mas as razões por trás desse paradigma não interessam somente ao bem-estar social, mas também envolvem melhor performance nos negócios e, conseqüentemente, maior lucratividade. A busca da responsabilidade social corporativa tem, grosso modo, as seguintes características:

É distributiva. A responsabilidade social nos negócios é um conceito que se aplica a toda a cadeia produtiva. Não somente o produto final deve ser avaliado por fatores ambientais ou sociais, mas o conceito é de interesse comum e, portanto, deve ser difundido ao longo de todo e qualquer processo produtivo. Assim como consumidores, empresas também são responsáveis por seus fornecedores e devem fazer valer seus códigos de ética aos produtos e serviços usados ao longo de seus processos produtivos.

É sustentável. Responsabilidade social anda de mãos dadas com o conceito de desenvolvimento sustentável. Uma atitude responsável em relação ao ambiente e à sociedade, não só garante a não escassez de recursos, mas também amplia o conceito a uma escala mais ampla. O desenvolvimento sustentável não só se refere ao ambiente, mas por via do fortalecimento de parcerias duráveis, promove a imagem da empresa como um todo e por fim leva ao crescimento orientado. Uma postura sustentável é por natureza preventiva e possibilita a prevenção de riscos futuros, como impactos ambientais ou processos judiciais.

É transparente. A globalização traz consigo demandas por transparência. Não mais nos bastam mais os livros contábeis. Empresas são gradualmente obrigadas a divulgar sua

performance social e ambiental, os impactos de suas atividades e as medidas tomadas para prevenção ou compensação de acidentes. Nesse sentido, empresas serão obrigadas a publicar relatórios anuais, onde sua performance é aferida nas mais diferentes modalidades possíveis. Muitas empresas já o fazem em caráter voluntário, mas muitos preveem que relatórios socioambientais serão compulsórios num futuro próximo.

Muito do debate sobre a responsabilidade social empresarial já foi desenvolvido mundo afora, mas o Brasil tem dado passos largos no sentido da profissionalização do setor e da busca por estratégias de inclusão social através do setor privado.

A responsabilidade social e ambiental pode ser resumida num conceito de “efetividade” (atividade real; resultado verdadeiro), uma organização efetiva quando mantém sua postura socialmente responsável. Toda e qualquer organização “depende “ da satisfação da sociedade para manter-se, desta forma a sociedade também precisa da organização para seu crescimento e bem-estar, cumprindo seu papel com a responsabilidade social.

GESTÃO AMBIENTAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL

As organizações que tomarem decisões estratégicas relacionadas a questão ambiental e ecológica conseguirão vantagens competitivas ou também redução de custos e aumento dos lucros a médio e longo prazo.

A gestão ambiental e a responsabilidade social, tornam-se importantes instrumentos gerencias para capacitação e criação de condições de competitividade para as organizações, qualquer que seja seu segmento econômico. (TACHIZAWA,2005)

No Brasil vem aumentando o número de empresas que utilizam gestão ambiental em razão da exigência de uma resposta mais consistente e responsável das organizações.

A consciência ambiental ecológica por parte das empresas resultou também mitificação do conceito de qualidade do produto, que agora precisa ser ecologicamente viável. Recente estudo americano concluiu que, no primeiro semestre de 1990, 9,2% dos produtos introduzidos no mercado eram anunciados verdes, enquanto, em 1989, estes constituíam apenas 0,5%. (Tachizawa,2005)

Novos administradores implementam em seus objetivos estratégico programas de reciclagem medidas para poupar energias entre outras. Esse novo pensamento precisa ser acompanhado por mudanças de valores, passando de expansão para conservação, da quantidade para qualidade, da dominação para parceria.

A gestão ambiental e da responsabilidade social, para um desenvolvimento que seja sustentável econômica, social e ecologicamente, precisa contar com executivos e

(83) 3322.3222

contato@congresso-conimas.com.br

www.congresso-conimas.com.br

profissionais nas organizações, públicas e privadas, que incorporem tecnologia de produção inovadora, regras de decisão estruturadas e demais conhecimentos sistêmicos exigidos no contexto em que se inseri. (TACHIZAWA,2005).

As contribuições da gestão ambiental para as diferentes atividades da organização quando se trata de avaliar a influência da gestão ambiental sobre a orientação estratégica de uma organização, o posicionamento dos "responsáveis ambientais" na estrutura hierárquica e o alcance de suas atribuições específicas são determinantes.

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 clara mensagem à organização de que se trata de um compromisso corporativo. A gestão ambiental pode se tornar também um importante instrumento para as organizações em suas relações com consumidores, o público em geral, companhias de seguro, agências governamentais, etc. (NILSSON, 1998:134)

O "perfil do gestor ambiental", parece haver consenso na literatura de que a situação ideal seria a incorporação da gestão ambiental por todas as atividades da organização. Pode ser compreendido a partir de um conjunto de habilidades que (DONAIRE, p. 86, 1999) reúne em quatro categorias:

- habilidade técnica: "para poder avaliar as diferentes alternativas, em relação a insumos, processos e produtos, considerando-os sob o aspecto ambiental e seu relacionamento com os conceitos de custos e de tempo".
- habilidade administrativa: "relacionada com o desempenho das tarefas do processo administrativo: planejar, organizar, dirigir e controlar, pois caberá a ele a responsabilidade de executar a política de meio ambiente ditada pela organização".
- habilidade política: "para sensibilizar os demais administradores da empresa, que lhe podem dar apoio e respaldo organizacional no engajamento da temática ambiental, propagando e consolidando a ideia de que sua atividade, antes de ser uma despesa a mais para a organização, é uma grande oportunidade para a prospecção de novas formas de redução de custos e melhoria de lucros".
- habilidade de relacionamento humano: "para conseguir a colaboração e o engajamento de todos os funcionários para a causa ambiental da empresa, pois o sucesso desse empreendimento está intimamente ligado à participação coletiva e à incorporação desta variável à cultura da organização".

INDICADORES DE GESTÃO AMBIENTAL E DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

É necessário que defina indicadores de gestão ambiental e de responsabilidade social, como modelo de relação entre duas variáveis em que suas qualidades e importâncias são feitas para medição.

Conceitualmente, pode-se dizer que um modelo de gestão ambiental e de responsabilidade social depende de medição, informação e análise. As medições precisam ser decorrência das estratégias corporativas da organização, abrangendo os principais processos, bem como seus resultados. As informações necessárias para a avaliação e a melhoria do desempenho incluem, entre outras, as relacionadas com o processo produtivo, o desempenho de produtos, o mercado, as comparações com a concorrência – benchmarking – ou referenciais de essência, os fornecedores, os colaboradores e os aspectos econômico-financeiros. (TACHIZAWA,2005)

Modelo de gestão ambiental e responsabilidade social pode ser chamado de inferência científica e esse fato corresponde a maneira de como as decisões são tomadas as causas e impactos do meio ambiente, elas são baseadas em fatos, dados e informações quantitativas.

Este fato leva em consideração que o que não pode ser medido não pode ser avaliado, entretanto não há como decidir sobre medidas a serem tomadas.

Análise significa extrair das informações conclusões mais relevantes para apoiar a avaliação e a tomada de decisões exigidas para o equacionamento das questões ambientais e sociais. Tal análise serve para revelar tendências, projeções e relações de causa e efeito que poderiam não ficar evidentes. Esse conjunto de medições, informações e análise é a base para planejamento, análise e crítica do desempenho, melhoria da operações produtivas e comparações com a concorrência ou com referências de excelência. (TACHIZAWA,2005).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa desenvolvida permitiu identificar a importância que as empresas têm em relação ao meio ambiente, seus projetos e modelo de gestão. Com isso notamos que realmente existem empresas que “vestem a camisa” e vão a fundo na busca da melhoria do meio ambiente.

Notamos também que a empresas que adotam o projeto, estão em um mercado competitivo, já as que não utilizam o projeto podem ficar excluídas dessa competitividade, que minimizam os custos, pois os mesmos ajudam a evitar o desperdício e aumentar seus

lucros, pois a sociedade está tendo mais interesse em comprar produtos que “cuidam” do meio ambiente, por isso o aumento.

As empresas não estão sozinhas o governo tem seu papel perante esse modelo, fiscalizando se os projetos estão sendo corretamente aplicados e não deixando de lado a sociedade que também ajuda a levar a diante está prática.

Desta forma percebemos que se as forças não se unirem (governo, empresa e sociedade), para melhorar a gestão ambiental e responsabilidade social, esta busca não irá se concretizar por completo, por menor que seja nosso papel é fundamental a participação de todos para esse desenvolvimento e melhorias, em consonância com a Agenda 2030 da ONU.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Tânia C.; CRUZ, Cláudia F. Balanço Social como instrumento para demonstrar a responsabilidade social das entidades: Uma discussão quanto à elaboração, padronização e regulamentação. *Revista Pensar Contábil*, v.8, p.13-20. 2006.

CARVALHO, I. **Educação ambiental**: a formação do sujeito ecológico. São Paulo: Cortez. 2004.

COSTA, A.; FERNANDES, L. **Gestão Ambiental**. (Monografia). Curso Lato Sensu em Gestão Empresarial com Ênfase em Marketing e Recursos Humanos e Responsabilidade Ambiental. Unisalesiano, São Paulo, 2007.

DIAS, Genebaldo Freire - **Educação e Gestão Ambiental**. São Paulo: Gaia, 2006.

FIQUEIRA, E. et al. **Gestão Ambiental: Brashiodiesel**. (Monografia). Graduação em Administração. Unisalesiano, São Paulo, 2008.

GONÇALVES, S. S., HELIODORO, P. A. A. Contabilidade ambiental como um novo paradigma. *Revista Universo Contábil*, n.1, p. 84-96. 2005.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS – ONU. **Agenda 2030**. Disponível em <https://nacoesunidas.org/pos2015>. Acesso em 01.nov. 2019

REZENDE, Idália Antunes Cangussú; NUNES, Julyana Goldner; PORTELA, Simone Salles. **Um estudo sobre o desempenho financeiro do índice Bovespa de Sustentabilidade Empresarial**. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*. Vol. 2, n.º 4, Art. 4, pp. 93-122. 2008.

SOUZA, R.S. Evolução e condicionantes da gestão ambiental nas empresas. *REAd – Revista Eletrônica de Administração*, 8(6):85-112. 2002.

TACHIZAW, T. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa**: Estratégia de Negócios Focadas na Realidade Brasileira. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2005.