

**Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade em Diferentes Setores**

**GESTÃO VOLTADA À SUSTENTABILIDADE: O CASO VEÍSA VEÍCULOS LTDA**

**MANAGEMENT AIMED TO SUSTAINABILITY: CASE VEÍSA VEÍCULOS LTDA**

Natasha Cezar e Greice de Bem Noro

**RESUMO**

Em uma sociedade onde impera o mercado competitivo, tem-se clientes e comunidade preocupados com as questões ambientais que atinge toda a população. Tendo em vista essa problemática, o trabalho consiste no objetivo geral de analisar se as práticas e políticas organizacionais da Veísa Veículos estão alinhadas aos preceitos da sustentabilidade, sejam eles, econômicos, sociais e ambientais. Com o intuito de atingir o objetivo geral foi estabelecido os objetivos específicos tais como conhecer os aspectos relacionados às práticas e políticas de gestão voltadas a sustentabilidade; levantar o posicionamento da empresa com relação aos motivos, vantagens e desvantagens que as práticas e políticas voltadas à sustentabilidade trazem para a organização. Quanto aos procedimentos metodológicos foi realizado uma pesquisa qualitativa e quantitativa, sendo a mesma de caráter exploratório e descritivo, e optou-se por fazer um estudo de caso. Após a realização da pesquisa, como principais resultados, evidenciou-se que as práticas e políticas sustentáveis da empresa não são repassadas adequadamente aos seus colaboradores, não existindo ações específicas com a comunidade local referente à sustentabilidade e, com isso, os colaboradores tem pouco envolvimento com tais práticas por pensarem que não são fundamentais para a organização em questão.

**Palavras-chave:** sustentabilidade, responsabilidade social, gestão ambiental.

**ABSTRACT**

In a society dominated by the competitive market, we have customers and communities concerned about environmental issues affecting the entire population. In view of this problem, the work consists of the general objective of analyzing whether practices and organizational policies of Veísa are aligned to the principles of sustainability, they, economic, social and environmental. In order to achieve the overall goal was set specific goals such as knowing the aspects related to management policies and practices aimed at sustainability, raising the company's position with respect to the reasons, advantages and disadvantages that the practices and policies aimed at sustainability bring to the organization. Regarding the methodological procedures was conducted a qualitative and quantitative, with the same exploratory and descriptive, and chose to do a case study. After conducting the research, the main results showed that the sustainable practices and policies of the company are not transferred properly to its employees, and no specific actions with the local community regarding the sustainability and, therefore, employees have little involvement such practices because they think they are not fundamental to the organization in question.

**Keywords:** sustainability, social responsibility, environmental management.

## 1 INTRODUÇÃO

As questões socioambientais constituem em um dos principais problemas enfrentados pela humanidade e, em um mercado tão competitivo, se as empresas não se adequarem, principalmente a exigência de seus clientes e fornecedores, estão fadadas a exclusão. Neste ínterim, “o planejamento associado ao conceito de desenvolvimento sustentável implica necessariamente na adoção de um sistema eficiente de gerenciamento socioambiental” (PALLERMO, 2006, p.26).

De acordo com Viterbo Jr. (1998, p.15) “o sistema de gestão da organização é a base para o estabelecimento de um método de gerenciamento que vise à melhoria contínua dos resultados e promova o desenvolvimento sustentável”. Segundo Santos (2004, p.28) o planejamento socioambiental se da “a partir da interação e integração dos sistemas que compõem o ambiente e em como as estratégias estabelecem ações dentro de contextos e não isoladamente”.

Sob a ótica gerencial, as atitudes e as tradições culturais, econômicas, sociopolíticas e ambientais têm levado as diferentes administrações a adotar uma política própria de ação, sendo o sistema de gestão de uma organização a base para o estabelecimento de um método de gerenciamento que vise à melhoria contínua dos resultados e promova o desenvolvimento sustentável (VITERBO Jr, 1998).

Tendo em vista o tema relacionado aos processos de gestão ambiental, a presente pesquisa tem como problemática responder a seguinte questão: as práticas e políticas organizacionais da Veísa Veículos, concessionária Mercedes Benz em Santa Maria, estão alinhadas aos preceitos da sustentabilidade, sejam eles, os aspectos econômicos, sociais e ambientais?

Visando responder a problemática levantada, a presente pesquisa contará com o objetivo geral de analisar se as práticas e políticas organizacionais da Veísa Veículos, concessionária Mercedes Benz em Santa Maria, estão alinhadas aos preceitos da sustentabilidade, sejam eles, os aspectos econômicos, sociais e ambientais.

Com o intuito de atingir o objetivo geral e a sua complementação de acordo com as etapas consecutivas, os objetivos específicos deste estudo são: conhecer aspectos relacionados às práticas e políticas de gestão da organização voltadas à sustentabilidade; levantar o posicionamento da empresa com relação aos motivos, vantagens e desvantagens que as práticas e políticas voltadas a sustentabilidades trazem para a mesma; verificar a visão da empresa, de como as práticas e políticas sustentáveis são repassadas para os colaboradores, bem como, a importância da percepção e envolvimento dos colaboradores com tais práticas; identificar o grau desconhecimento e envolvimento dos colaboradores da empresa com as práticas e políticas voltadas a sustentabilidade da Veísa.

Ao identificar e levantar os problemas relacionados ao contexto socioambiental sabe-se do esforço das empresas em trabalharem para solucionar problemas relacionados a resíduos jogados na natureza. Assim, a gestão voltada á sustentabilidade se torna um instrumento de grande valia para empresas adotarem como ferramenta de gestão para a minimização destes problemas. Sabe-se da importância deste tema na atualidade e na empresa objeto deste projeto de pesquisa, ou seja, a Veísa Veículos, concessionária Mercedes Benz, onde ela atua na área de transportes rodoviários, serviços de oficina e recapagem.

Tendo em vista que a gestão em qualquer que seja as áreas é de extrema importância para um desenvolvimento da empresa e do profissional, necessita-se saber como usar essa ferramenta como auxílio nas organizações. Com a gestão socioambiental não seria diferente, a escolha deste tema se deu através de assuntos relacionados à questão sobre gerenciamento dos resíduos sólidos e sabendo da importância do mesmo, pois as empresas que não se adequarem há algumas normas ficarão fora de um mercado tão competitivo.

Almeida et al. (1999) afirma que o planejamento socioambiental consiste em um grupo de metodologias e procedimentos para avaliar as consequências sociais e ambientais de uma ação proposta e identificar possíveis alternativas a esta ação. Assim, este estudo torna-se importante para os empresários da cidade, principalmente para os proprietários gestores da empresa, pois os mesmos poderão planejar suas atividades ambientais conforme os regulamentos vigentes e também poderão conscientizar os outros profissionais no ambiente de trabalho.

## 2 SUSTENTABILIDADE

As ideias a respeito de um desenvolvimento que respeite o meio ambiente foram amplamente propagadas a partir da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente Humano realizada em Estocolmo em 1972. A expressão desenvolvimento sustentável começa a ser usada no final da década de 1970 e decola a partir dos trabalhos da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como Comissão Brundtland, criada em 1983 pela Assembleia Geral da ONU.

Pereira, Silva e Carbonari (2011, p.66) afirmam que “o conceito de sustentabilidade explora as relações entre desenvolvimento econômico, qualidade ambiental e equidade social”. A sustentabilidade define-se como característica de um processo ou sistema que permite que ele exista por certo tempo ou tempo indeterminado. Sendo assim uma sociedade sustentável é aquela que não coloca em riscos seus recursos naturais dos quais depende.

No contexto atual, a sustentabilidade exige uma postura preventiva, que identifique tudo que um empreendimento pode fazer de positivo, para que este seja maximizado e, de negativo, para que possa ser minimizado. Os avanços tecnológicos tornaram cada vez mais curto o tempo para que o impacto sobre o meio ambiente e a sociedade fosse plenamente sentido (ALMEIDA, 2002). O autor ainda completa que a empresa que quer ser sustentável inclui entre seus objetivos o cuidado com o meio ambiente, o bem-estar do *stakeholders* e a constante melhoria da sua própria reputação.

Araújo (2008, p.22) afirma que “o desenvolvimento sustentável é definido pela Conferência Rio 92 como aquele que satisfaz as necessidades sem comprometer a capacidade das futuras gerações a satisfazer as suas próprias.” Para o autor a construção e aplicação de estratégias de sustentabilidade são baseadas fundamentalmente no equilíbrio de fatores econômicos, sociais e ambientais e requer uma base tecnológica, institucional e legal eficaz de modo a instalar a necessária harmonia e a correta gestão ambiental. Sendo assim, o desenvolvimento sustentável dos sistemas ecológicos requer tanto capacidade adaptativa quanto oportunidade de melhoria.

A sustentabilidade pode ser vista como a reconciliação das metas sociais com as econômicas e com objetivos ambientais através de uma estratégica e efetiva gestão da economia e da sociedade, de modo a conquistar o equilíbrio final de dimensões de desenvolvimento (ARAÚJO, 2008). O autor ainda completa dizendo que nesse sentido o desenvolvimento apara desigualdade da colonização e acrescenta uma nova face da inclusão social, promovida por efetivas mudanças estruturais.

Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009) afirmam que o desafio da produção ambientalmente sustentável projeta-se como elemento fundamental de sobrevivência e competitividade empresarial, convergindo ecologia e economia como ciências que tratam da mesma questão: o gerenciamento da escassez. Os autores ainda complementam dizendo que os novos modelos de produção sustentável não se referem às melhorias incrementais associadas ao combate à poluição, mas às inovações que ultrapassam as rotinas e o conhecimento comum.

Fialho et al. (2008) ainda completam dizendo que as competências voltadas para a sustentabilidade englobam uma combinação de conhecimento, habilidades e características

peçoais e reúnem um conjunto de conhecimentos a respeito da gestão socioambiental como o conjunto de procedimentos visando à execução e controle de ações objetivando o desenvolvimento sustentável.

Neste contexto, o componente socioambiental gerado pelas transformações culturais pós 1960 no Brasil e no mundo adquire hoje relevância e aponta para as empresas uma série de restrições e ameaças, assim como uma série de oportunidades. Portanto, a questão socioambiental torna-se componente significativo do macro e microambiente (FIALHO et al. 2008).

Na opinião de Daly (1991) o desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento sem crescimento, ou seja, uma melhoria qualitativa que não implica em aumento quantitativo maior do que a capacidade de suporte do planeta, que é a capacidade do meio ambiente de regenerar os insumos de matérias-primas e de absorver os resíduos.

## 2.1 Os pilares da sustentabilidade

Ao se planejar e executar suas ações, os governos, as empresas e as organizações tem que considerar o equilíbrio entre os seguintes aspectos no processo de tomada de decisões: econômicos (crescimento e desenvolvimento da economia); sociais (atendimento das necessidades humanas) e ambientais (capacidade de regeneração, recuperação do ambiente natural). Segundo Pereira, Silva e Carbonari (2011, p.71) a ideia é de que o “desenvolvimento e o crescimento de um país sejam capazes de assegurar o mínimo de qualidade de vida para todas as pessoas, ao mesmo tempo em que seja garantida maior proteção ao meio ambiente.”

O desenvolvimento sustentável está fundamentado em três dimensões – a econômica, a ambiental e a social – que consistem nos pilares da sustentabilidade, visualizados no quadro 01. Para que o resultado seja possível, cada dimensão deve receber a mesma atenção e examinada separadamente (PEREIRA, SILVA E CARBONARI, 2011) e, segundo os autores:

- A perspectiva social, enfatiza a presença do ser humano na terra. Tem como principal preocupação o bem-estar humano e a qualidade de vida. A sustentabilidade social diz respeito a um processo de desenvolvimento que leve a um crescimento estável com distribuição de renda igualitária.
- A perspectiva econômica: relaciona a alocação e a gestão mais eficiente dos recursos com o fluxo regular do investimento público e privado. A eficiência econômica não deve ser avaliada apenas com base na lucratividade das empresas, mas deve levar em conta aspectos macrossociais.
- A perspectiva ambiental: a principal preocupação é com os impactos das atividades humanas sobre o meio ambiente. A sustentabilidade ecológica pode ser ampliada por meio da utilização do potencial encontrado nos diversos ecossistemas. Neste sentido, deve-se reduzir a utilização de combustíveis fósseis e a emissão de substâncias poluentes, adotar políticas de conservação de energia e recursos naturais, substituir produtos não renováveis por renováveis e aumentar a eficiência dos recursos utilizados.

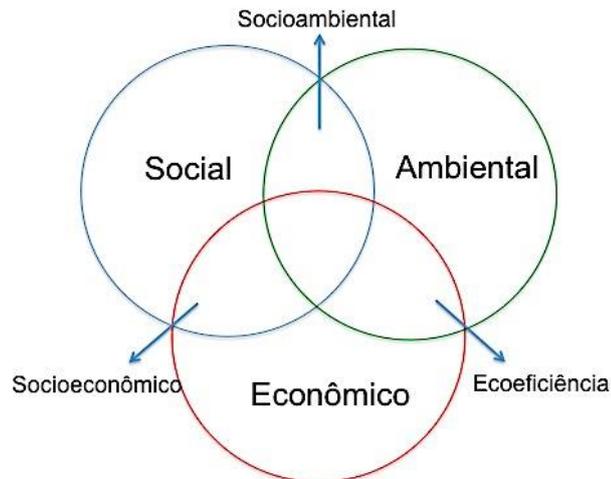


Figura 01: O tripé da sustentabilidade  
Fonte: adaptado de Coral (2002)

Destaca-se que, o desdobramento do investimento social privado leva ao conceito da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) que, conforme Pereira, Silva e Carbonari (2011, p.85) “não se limita aos investimentos que as empresas fazem em uma comunidade, na verdade, esta é apenas uma das dimensões que integram a responsabilidade social.”

Dias (2011) afirma que o mais importante na abordagem dessas três dimensões da sustentabilidade empresarial é o equilíbrio dinâmico necessário e permanente que devem ter, e que tem que ser levado em consideração pelas organizações.

A intransigência de qualquer das associações levará ao desequilíbrio do sistema e a sua insustentabilidade. Os empresários devem buscar o lucro aceitável; os sindicatos devem buscar reivindicar o possível, com o objetivo de manter o equilíbrio, e as entidades ambientalistas deverão saber ceder de tal modo que não se prejudique de modo irreversível a condição do ambiente natural (DIAS, 2011, p.45).

Neste sentido, no âmbito empresarial, as três dimensões da sustentabilidade se identificam com o conceito de “*Triple Bottom Line*” e o seu uso em corporações refletem um conjunto de valores, objetivos e processos que uma organização deve focar para criar valor em três dimensões: econômica, social e ambiental, que também é conhecido como os 3P’s (*People, Planet and Profit* que traduzindo para o português significam pessoas, planeta e lucro). O autor completa dizendo que “no Brasil é conhecido como o tripé da sustentabilidade, que tanto pode ser aplicado de maneira macro, para um país ou o próprio planeta, como micro, em uma residência, uma empresa, uma escola ou uma pequena vila” (DIAS, 2011, p.46).

Afonso (2006, p.60) explica que a busca da sustentabilidade requer estratégias de planejamento de longo prazo, o que vai de encontro ao neoliberalismo atualmente predominante e à crescente desregulamentação da economia e completa dizendo que “planejar é buscar racionalmente uma situação melhor que a atual, evitando ou minimizando problemas e aproveitando possíveis benefícios”, e conclui dizendo que a grande maioria das empresas tem incorporado o conceito de sustentabilidade a seu discurso sem, contudo, modificar qualquer um de seus processos de produção. O autor ainda destaca a necessidade de se avaliar as dinâmicas sociais, econômicas e naturais, estabelecer uma postura crítica em relação a elas, negociar conflitos de interesse e, finalmente, transformar os critérios que dominam as políticas públicas para que se possa pensar em um verdadeiro caminho em direção à sustentabilidade.

No que tange a dimensão social, Araújo (2008, p.109) destaca que o conceito de responsabilidade social é essencialmente baseado na “iniciativa das empresas em contribuir com o desenvolvimento da sociedade em termos socioambientais, inspiradas por uma tradição de auto-regulação e autodisciplina”.

Neste ínterim, a responsabilidade social tem sido interpretada pelo público como a contribuição social voluntária das empresas, sendo destacada como a atuação das empresas junto à comunidade, sem considerar como parte integrante da gestão das organizações (VILELA JR E DEMAJOROVIC, 2006, p.50). Os autores complementam que é raro encontrar a questão ambiental tratada de fato como integrante da responsabilidade social, sendo essa uma boa razão para empregar o termo responsabilidade socioambiental para esclarecer que as questões socioambientais são indissociáveis. Os autores enfatizam que há outra interpretação desta responsabilidade social que está associada à responsabilidade legal em face da ocorrência de danos e prejuízos causados pelas operações das empresas.

Segundo Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009, p. 116) “uma gestão responsável e sustentável é construída pelas pessoas e a forma como a empresa interage com seus colaboradores pode impactar mais no comprometimento, empenho e satisfação do que um bom salário” e, ainda afirmam que é o bom ambiente de trabalho e a maneira como as organizações tratam as pessoas, sejam elas público interno ou sociedade em geral, que abrem oportunidades para o crescimento da sustentabilidade.

Portanto, um dos principais desafios a serem enfrentados pelas empresas, na adoção de programas gerenciais socialmente responsáveis, é privilegiar, nas relações internas e externas, valores culturais que contribuem para um novo comportamento organizacional. Sendo a cultura a maneira correta de perceber, pensar e sentir, ela condiciona o que se aprende, a forma como se aprende e os resultados dessa aprendizagem para a organização (ALIGLERI, ALIGLERI e KRIGLIANSKAS, 2009, p.117).

Os mesmos autores ainda ressaltam que cooperação, participação, diálogo, transparência, respeito, igualdade, diversidade e solidariedade são traços culturais importantes no atual contexto da sustentabilidade empresarial. Sendo assim, “a empresa responsável e humanizada não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores, ainda que seja um pressuposto indispensável e deve investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento de suas relações” (ALIGLERI, ALIGLERI e KRIGLIANSKAS, 2009, p.120).

Araújo (2008) ressalta que a necessidade da empresa de exercer uma função social cabe questionar a cerca do verdadeiro conceito, como também o próprio conceito de responsabilidade social. Ainda completa afirmando que “mesmo que a empresa tenha interesse meramente financeiro exerce uma função social, pois dentre outros aspectos gera empregos, possibilita a circulação de riquezas.”

Neste sentido, para Almeida (2007), a capacitação para a sustentabilidade deve ser compartilhada na organização com um todo, pelo uso de vários métodos. Os valores e a estratégia devem ser entendidos e praticados pelo maior número de colaboradores.

Segundo Leff (2003) as políticas de sustentabilidade, devem ser dirigidas a resolver dois tipos de problemas de distribuição: por um lado o que é, o que será, o que deveria ser a distribuição da riqueza, ou seja, de riqueza, dos direitos políticos e econômicos, das oportunidades econômicas; e, por outro, o acesso aos benefícios ambientais e seus bens, primeiro na geração atual e logo no futuro.

Barbieri e Simantob (2006, p.99) afirmam que “a avaliação das consequências socioambientais deve fazer parte dos processos de inovação e não apenas da avaliação econômica” e, neste contexto, “o caminho da sustentabilidade aponta para o bom senso, ou seja, para melhorar as dimensões social e ambiental, e ao mesmo tempo, alavancar a dimensão

econômica” (ALMEIDA, 2007, p.203). Para tanto, as empresas precisam melhorar continuamente a capacitação de sua força de trabalho para atender a demanda de clientes, investidores e da sociedade em geral.

No que tange ao pilar ambiental, Seifert (2007, p.46) afirma que o conceito de gestão ambiental, bem como o desenvolvimento sustentável amadureceram nas últimas décadas e, para se obter essa harmonia, tem-se que lidar com situações extremamente complexas, envolvendo uma realidade problemática e cujas condições necessitam ser melhoradas. Para o mesmo autor o contexto de gestão ambiental “não é apenas uma atividade filantrópica ou tema para ecologistas e ambientalistas, mas também uma atividade que pode propiciar ganhos financeiros para as empresas”.

O que se evidencia é que a legislação ambiental existe para patrocinar as soluções sustentáveis estimulando as empresas que se adotam e punindo as que se beneficiam dos custos de produção mais baixos por não investirem na proteção. Uma economia sadia não resiste sem investimento na área ambiental (ROBLES JR e BONELLI, 2006).

Sendo assim, acredita-se que a grande maioria dos impactos negativos provocados pelas indústrias se deve, fundamentalmente ao fato da inexistência de um modelo de gestão ambiental (REIS E QUEIROZ, 2004). Nestes sentido, Lima (2008) destaca que gestão ambiental deve ser precedida por uma política de meio ambiente que organize e ponha em prática as diversas ações que visem o atendimento das demandas sociais e principalmente de proteção ambiental.

Segundo Tachizawa (2010, p.6) “a gestão ambiental e a responsabilidade social, enfim, tornam-se importantes instrumentos gerenciais para a capacitação e criação de condições de competitividade para as organizações, qualquer que seja seu segmento econômico.” Seifert (2007) ainda afirma que na gestão ambiental, tanto de nível público quanto privado, constituem-se em sistemas que incluem a estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidade, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental.

De acordo com Valle (2004, p.68) “a introdução da gestão ambiental em uma organização é sua sinergia com outros sistemas de gestão já implantados ou que venha sê-lo no futuro.” Para tanto, Lima (2008) afirma que para se obter uma gestão ambiental deve ser considerados três princípios fundamentais e importantes: a resistência do sistemas ecológicos e sociais não é de forma infinita; não reconhecemos totalmente as reações dos ecossistemas e seus mecanismos; e que o mundo não esta pronto, é passível de mudanças no processo. O autor destaca que existem os elementos indispensáveis na composição de um modelo de gestão:

- Reconhecimento dos diversos agentes sociais envolvidos, identificando os papéis por eles desempenhados;
- Consolidação da base legal necessária e dos mecanismos que viabilizem a implementação das leis;
- Mecanismos de financiamento para a auto-sustentabilidade das estruturas de gestão e gerenciamento;
- Informação à sociedade, empreendida tanto pelo poder público quanto pelos setores produtivos envolvidos, para que haja um controle social;
- Sistema de planejamento integrado, orientando a implementação das políticas públicas para o setor.

Sendo assim, o sistema de gestão ambiental, depende de exigências externas à empresa (especialmente por parte dos órgãos ambientais e clientes de grande porte), ou fatores que incentivam a busca por uma gestão ambiental eficaz, conforme Moreira (2001):

A empresa que apresenta um nível de gestão ambiental geralmente possui um departamento de meio ambiente, responsável pelo atendimento às exigências do

órgão ambiental e por indicar os equipamentos ou dispositivos de controle ambiental mais apropriado à realidade da empresa e ao potencial de impactos ambientais. Ou seja, a empresa demonstra quase sempre uma postura reativa, procurando evitar os riscos e limitando-se ao atendimento dos requisitos legais, ou que normalmente significa investimentos (p.50).

Segundo Junior et al. (2009) as organizações necessitam identificar os processos necessários ao sistema de gestão da qualidade e à sua aplicação, determinando sua sequência e interação e afirma que fatores estruturais e tendências apontam para ciclos de vida e perfis quantitativos com influência decisiva nos paradigmas vigentes, pois criam desafios e transformações multidisciplinares na gestão organizacional, causando impactos surpreendentes na gestão da qualidade.

Neste ínterim, a boa gestão ambiental alinha-se ao pilar econômico à medida que foca no fornecimento de bens e serviços, a preços competitivos, que satisfaçam as necessidades humanas e tragam qualidade de vida, ao mesmo tempo em que reduzem progressivamente o impacto ambiental, caracterizando a empresa, desta forma, como uma organização ecoeficiente (VILELA JR E DEMAJOROVIC, 2006).

### 3 METODOLOGIA

Quanto aos procedimentos metodológicos, a presente pesquisa possui natureza qualitativa e quantitativa que, de acordo com Michel (2009) a pesquisa qualitativa possui uma relação dinâmica, particular, contextual e temporal entre o pesquisador e o objeto de estudo e, por isso, carece de uma interpretação dos fenômenos à luz do contexto. Já a pesquisa quantitativa parte do princípio de que tudo pode ser quantificável, ou seja, que opiniões, informações, serão mais bem entendidas se traduzidas em forma de números, sendo que nela o pesquisador descreve, explica e prediz.

No que tange aos objetivos, a pesquisa é de caráter exploratório e descritivo e, segundo Vergara (2004) a pesquisa exploratória é o primeiro passo de todo o trabalho científico. São finalidades de uma pesquisa, sobretudo quando bibliográficas, proporcionar maiores informações sobre determinado assunto. Já a pesquisa descritiva estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza e apresenta características de uma determinada população ou de um determinado fenômeno.

No que se refere aos procedimentos técnicos optou-se pelo método de estudo de caso, visto que, para Jung (2004, p.54), estudo de caso como “um procedimento de pesquisa que investiga um fenômeno dentro do contexto local, real e especialmente quando os limites entre fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Através dele é possível descrever um sistema de produção ou técnico no âmbito particular ou coletivo, sendo uma importante ferramenta para os pesquisadores que buscam entender “como” e “por que” funcionam os procedimentos.

Para o plano de coleta de dados, primeiramente desenvolveu-se a pesquisa bibliográfica sobre o assunto em questão. Posteriormente utilizou-se das técnicas de análise de documentos da empresa e de entrevista semiestruturadas com o profissional responsável pela área de sustentabilidade da empresa. Sequencialmente, um questionário foi desenvolvido e aplicado a uma amostra por acessibilidade de 24 colaboradores da empresa, de um total de 60 colaboradores em sete setores. O instrumento dividiu-se em duas partes, com 19 perguntas fechadas em escala likert e uma entrevista com a pessoa responsável pela área ambiental da empresa. Segundo Gil (2009, p.121) “define-se questionário como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses”.

Após a coleta dos dados, os mesmos foram tabulados quantitativamente via estatística descritiva, com o auxílio do software SPSS 20.0 para posterior interpretação e análise qualitativa dos dados.

#### 4 A VEÍSA VEÍCULOS

A Veísa Veículos Ltda, que é a unidade de análise desta pesquisa, foi fundada em 22 de outubro de 1984 a partir da criação da Sulbra-Sul Brasileira Santa Maria Veículos e Acessórios S.A. Iniciou suas atividades em uma sede localizada no centro de Santa Maria – RS. Porém, com o grande fluxo de veículos pesados e extrapesados existiu a necessidade de trocar sua localização. Em 1990, mudou-se definitivamente para o seu endereço atual, sediado na BR 158 KM 323, nº 1000, onde os clientes da empresa podem contar com a ampla excelência Mercedes-Benz.

A venda de caminhões, ônibus e sprinters é o carro chefe da empresa, que ainda possui a venda de peças, acessórios, presta serviços de oficina com profissionais treinados na fábrica e uma estrutura adequada para aplicação dos serviços em alta qualidade. Além disso, conta com a representação de pneus Michelin, que são parceiras há quase 20 anos.

A Veísa configura-se em uma das empresas do Grupo JMT, a sigla leva o nome do fundador do grupo o Sr. José Moacyr Teixeira, onde possuem outras empresas como: a Planalto Transportes LTDA, Planalto Turismo LTDA, Planalto Operadora, estações rodoviárias de Alegrete, São Borja, Uruguaiana e Rio Grande e JMT Agropecuária LTDA.

Neste contexto, a empresa em estudo, apresenta como definição do seu negócio a “representatividade da marca Mercedes-Benz, através de um padrão de excelência em produtos e serviços”, possuindo como missão a busca por “fornecer soluções de transportes, através de produtos e serviços de forma personalizada a fim de alcançar a maior satisfação possível de seus clientes”, bem como, a visão de “ser líder regional no segmento de veículos comerciais, através de um padrão de produtos e serviços diferenciados aos seus clientes, proporcionando o devido retorno do investimento”.

##### 4.1 Práticas e políticas de gestão da Veísa voltadas à sustentabilidade

Partindo do objetivo de conhecer aspectos relacionados às práticas e políticas de gestão da organização voltadas a sustentabilidade, verificou-se que a Veísa Veículos Ltda é uma das empresas pertencentes ao grupo JMT, que atua no mercado de comercialização de veículos de carga e utilitários, peças e serviços autorizados Mercedes-Benz.

Pode-se constatar que, a Mercedes-Benz do Brasil desenvolve uma série de atividades voltadas à preservação do planeta e ao aproveitamento consciente dos recursos naturais, tendo em vista que o compromisso ambiental da empresa está presente em todas as etapas dos processos produtivos, em suas atividades administrativas e na relação com as empresas parceiras, clientes e com a sociedade.

Neste ínterim, para chegar ao *status* de empresa sustentável, a Mercedes-Benz trilhou uma trajetória focada na melhoria contínua de seus processos produtivos, na capacitação de seus profissionais para atuarem de maneira proativa, na preservação dos meios naturais e no desenvolvimento de uma cultura organizacional orientada para o bem-estar coletivo. A consolidação desta prática resultou na criação do sistema de gerenciamento ambiental, o qual estabelece um padrão de excelência para contratar fornecedores e prestadores de serviços.

Em um ritmo constante e eficaz, a Mercedes-Benz busca aperfeiçoar o seu convívio com o meio ambiente com ações que envolvem: a pesquisa e desenvolvimento de tecnologias mais limpas, fabricação de veículos mais eficientes; redução e destinação adequada dos resíduos provenientes da manufatura; coleta seletiva e reciclagem; programas para diminuir o consumo de água e energia elétrica; conscientização dos colaboradores para que transformem as atitudes sustentáveis em hábitos permanentes; incentivo aos fornecedores para gestão de boas práticas ambientais; e apoio à comunidade para despertar e aprimorar condutas de respeito ao ecossistema.

É neste contexto que a Veísa se insere como empresa ligada a Mercedes-Benz, à medida que preza em todas as suas áreas de atuação, pelo desenvolvimento de atividades fundamentadas nos princípios da sustentabilidade, como pode ser demonstrado no quadro 01:

POLÍTICAS DE SUSTENTABILIDADE NA VEÍSA VEÍCULOS LTDA
<ul style="list-style-type: none"><li>- Reduzir e otimizar o uso dos recursos naturais visando à preservação do meio ambiente;</li><li>- Buscar o atendimento a legislação e as normas ambientais aplicáveis às atividades desenvolvidas pela empresa;</li><li>- Evitar e inibir a poluição do meio ambiente por meio da redução dos impactos ambientais relacionados aos efluentes líquidos, resíduos sólidos e emissões atmosféricas;</li><li>- Treinar, conscientizar e motivar nossos colaboradores, tendo como objetivo aperfeiçoar processos, produtos e serviços para melhor atender nossos clientes, comunidade e fornecedores visando à melhoria do meio ambiente;</li><li>- Política de gestão ambiental da Veísa garante seriedade nas ações e compromisso com a sustentabilidade;</li><li>- Praticar e promover a reciclagem dos resíduos descartados na concessionária; e</li><li>- Praticar a responsabilidade social na comunidade onde está inserida.</li></ul>

Quadro 01: Políticas de sustentabilidade na Veísa Veículos LTDA

Fonte: Veísa Veículos Ltda (2012).

Como pode ser verificado no quadro 01, tomando como base as diretrizes da NBR ISO 14.001 e com o objetivo de cumprir os requisitos do programa *Star Class* da concessionária Mercedes-Benz, a Veísa Veículos vem implementando desde 2009 o Sistema de Gestão Ambiental (SGA), estabelecendo objetivos e metas para diminuir os impactos referentes às suas atividades.

Para tanto, a empresa desenvolve um programa de ações internas que garantem as melhores práticas e procedimentos para a preservação do meio ambiente. O programa é composto por diversas etapas, entre elas e já implementadas no Grupo, tem-se o programa de gerenciamento de resíduos sólidos, programa de gerenciamento de efluentes líquidos e coleta seletiva.

Pode-se verificar que a empresa possui um cronograma anual de atividades, tais como palestras e cursos para todos os colaboradores, que são desenvolvidas com o objetivo de conscientizar sobre a importância em tornar rotina de trabalho, as práticas que preservam o meio ambiente.

#### 4.2 Posicionamento da empresa quanto à sustentabilidade

A segunda parte da pesquisa visou levantar o posicionamento da empresa com relação aos motivos, vantagens e desvantagens que as práticas e políticas voltadas a sustentabilidades trazem para a mesma. Neste sentido, em entrevista realizada junto à pessoa responsável pelo setor verificou-se que, os motivos que levaram a Veísa a aderir os quesitos sustentabilidade relacionam-se diretamente à empresa participar do programa de qualidade da Mercedes-Benz, sendo conhecido como programa de qualidade *Star Class*, que tem dentre seus objetivos preocupar-se com as práticas sustentáveis dos representantes da marca Mercedes-Benz, sendo atualmente a Veísa classificada como Concessionário Ouro.

O programa *Star Class* tem como objetivo o alinhamento das estratégias da Mercedes-Benz do Brasil e a rede de concessionários Mercedes-Benz de Veículos Comerciais, através de uma plataforma de desenvolvimento sustentável de resultados. Sendo assim, ampara-se na necessidade de aumentar o impacto da marca Mercedes-Benz através de um padrão único de excelência em atendimento e qualidade de produtos e garantir a integração, evolução e a sustentabilidade dos resultados da rede. Para tanto, torna-se necessário manter a melhoria contínua dos processos e sistemas visando à completa satisfação dos clientes e reconhecer os resultados e esforços com um sistema de recompensas e incentivos.

Neste contexto, a empresa procura estar sempre atentas às inovações do mercado e as práticas do programa de qualidade, visando proporcionar uma cultura sustentável em seu ambiente interno e, conseqüentemente, para seus colaboradores, via a implantação de processos que visam à qualidade e desenvolvimento da Empresa, desenvolvendo em seus colaboradores a responsabilidade referente ao consumo dos recursos naturais, tendo como meta a redução e otimização de seu uso, alinhando-se a requisitos da legislação, para que os impactos ambientais sejam minimizados. Outro ponto destacado pela empresa, relaciona-se ao desenvolvimento de ações comunitárias e de parcerias que visem o desenvolvimento sócio, econômico e ambiental, buscando melhoria para toda comunidade.

No que tange as vantagens e desvantagens na aplicação das práticas sustentáveis, foi destacado como vantagem o respeito e cuidado com o meio ambiente, via identificação da utilização consciente e da reciclagem dos materiais, que são vendidos, retornando como investimento em projetos para melhorias internas e materiais para divulgação e reeducação de seus colaboradores. Outro ponto importante ressaltado refere-se à interação da empresa com ações sociais e parcerias com a sociedade, incluído parcerias entre clientes em Santa Maria e em outras regiões. No entanto, foi destacado como desvantagem, o não alinhamento e integração de todos os processos da empresa de forma auto sustentável pois, a empresa continua investindo diretamente no programa.

A concessionária acredita que, para alcançar os resultados desejados, é primordial melhorar e adequar seus processos, principalmente em relação à gestão ambiental, buscando melhorar os destinos para todos os seus resíduos, principalmente os perigosos. Por ser um processo que envolve toda a empresa, é necessário a conscientização de todos seus colaboradores para que os processos e procedimentos sejam usados no dia a dia, visando à separação, reciclagem e otimização de processos. Para tanto, torna-se necessário o investimento em prática e políticas que busquem uma política auto sustentável, bem como, o investimento constante em parcerias, visando retorno para investimentos em projetos de melhoria.

Ao abordar sobre como as práticas e políticas sustentáveis são repassadas para os seus colaboradores, percebeu-se que, a empresa, através do programa de qualidade da Mercedes-Benz, implantado desde 2006 na concessionária Veísa, a empresa se utiliza de uma metodologia de treinamento, através de palestras e reuniões com os colaboradores, onde o responsável pela área de sustentabilidade interage direto com os mesmos e o ambiente onde atuam. Neste processo, os colaboradores tem acesso às informações do site da concessionária, em *folders* que são entregues aos mesmos, *banners* no setor de serviços e, cada setor da empresa possui uma pasta com todas as ações da concessionária, bem como, suas políticas e respectivos responsáveis, incluindo os impactos individual de cada setor nestes processos.

No que se refere à percepção e envolvimento dos colaboradores com as práticas sustentáveis, verificou-se que, para a empresa é fundamental que seus colaboradores compreendam a essência do processo de gestão sustentável, pois o mesmo vai muito além de apenas procedimentos, e sim, relaciona-se à busca constante da empresa em adequar-se aos pilares da sustentabilidade e, assim, minimizar impactos socioambientais e proporcionar maior proteção do meio ambiente, o qual beneficia a todos, o que deve ser um trabalho realizado por toda a equipe. Foi destacado pela empresa que, o apoio de todos os colaboradores é fundamental para a organização efetiva do programa de qualidade da Mercedes-Benz.

De acordo com a empresa, os colaboradores necessitam inserir as iniciativas sustentáveis no seu dia a dia, tanto na organização, quanto em sua vida pessoal, sendo um processo que beneficia ambos, organização e colaboradores, podendo, até mesmo contribuir com projetos de melhoria em suas comunidades.

O último quesito analisado relacionou-se aos problemas enfrentados pela empresa na transmissão de informações sobre as práticas e políticas de sustentabilidade para o envolvimento dos colaboradores e, quanto a isso, percebeu-se que, a maior dificuldade encontrada na implantação do processo é a falta de conhecimento a respeito do assunto e, principalmente, a constatação da cultura dos indivíduos de que tais problema não competem à responsabilidade de cada um. De acordo com a entrevistada, os colaboradores da Veísa não vêm agregando os procedimentos necessários a sua função, o que dificulta o andamento do processo. Evidencia-se que, este ponto demanda que a organização em estudo una às práticas e política voltadas a sustentabilidade com as meta individuais de cada colaborador, buscando incentivos para que os mesmos absorvam e as incorporem no seu cotidiano, conseguindo, desta forma, quebrar a barreira cultural presente hoje na organização.

#### **4.2 O conhecimento e envolvimento dos colaboradores com a sustentabilidade da Veísa**

A última parte da pesquisa objetivou identificar o grau de conhecimento e envolvimento dos colaboradores da empresa com as práticas e políticas voltadas a sustentabilidade da Veísa. Para tanto, um instrumento foi desenvolvido e aplicado a uma amostra por acessibilidade de 24 colaboradores. Neste sentido, no que tange ao perfil dos pesquisados, 70% são do sexo masculino, 58,2% possuem entre 36 e 55 anos, 58,3% possuem o 2º grau completo e 29,2% estão cursando ou possuem o 3º grau completo. Dos pesquisados, 45,8% estão a mais de 10 anos na empresa, 95,8% atuam em nível operacional.

Na tabela 01 verificam-se os resultados no que tange ao posicionamento dos pesquisados quanto ao grau de conhecimento (1- não conheço, 2 – pouco conheço, 3 - indiferente, 4 – conheço em parte e 5- conheço totalmente) acerca das políticas e práticas voltadas a sustentabilidade de Veísa.

Tabela 01: Conhecimento dos colaboradores das políticas e práticas de sustentabilidade da empresa

POLÍTICAS E PRÁTICAS VOLTADAS A SUSTENTABILIDADE DA VEÍSA	CONHECIMENTO					Total
	1	2	3	4	5	
1 As práticas e políticas do programa de sustentabilidade da empresa.	8,3	29,1	4,1	50	8,3	100%
2 Os motivos que levaram a Veísa a desenvolver práticas e políticas de sustentabilidade.	25	16,6	12,5	33,3	12,5	100%
3 Programas da empresa de ação contínua à proteção ambiental	20,8	25	0	41,6	12,5	100%
4 A política da empresa, que visa fornecer bases para estabelecimento e revisão de objetivos e metas ambientais.	37,5	12,5	8,3	37,5	4,1	100%
5 Programas da empresa de ação contínua à proteção ambiental	16,6	25	8,3	41,6	8,3	100%
6 Processos da empresa de descarte dos resíduos, tais como óleos e fuligem dos pneus.	4,1	20,8	8,3	58,3	8,3	100%
7 Processos da empresa que visam à redução, reutilização e reciclagem dos materiais, tais como papéis	8,3	20,8	0	66,6	4,1	100%
8 Programas da empresa de ação contínua à proteção ambiental	12,5	25	0	62,5	0	100%
9 Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA)	8,3	16,6	8,3	45,8	20,5	100%
10 Busca pela empresa da participação dos colaboradores nos processos de melhoria do ambiente de trabalho.	16,6	16,6	4,1	45,8	16,6	100%
11 Programas da empresa de ação contínua associadas à prevenção de acidentes no trabalho.	12,5	29,1	12,5	37,5	8,3	100%
12 Certificação da empresa de qualidade de âmbito nacional/internacional para seus produtos, serviços ou processos.	20,8	12,5	8,3	33,3	25	100%
13 Ações desenvolvidas pela empresa para fins de desenvolvimento da comunidade local através da geração de trabalho e renda	41,6	25	8,3	25	0	100%
14 A utilização de normas ou códigos de conduta profissional no âmbito da empresa	16,6	16,6	8,3	37,5	20,8	100%
15 Diretrizes e programas contínuos da empresa voltados para a promoção de integração dos colaboradores com a sociedade.	29,1	20,8	16,6	29,1	4,1	100%
16 Políticas formais de capacitação de funcionários que a empresa possui.	12,5	20,8	25	33,3	8,3	100%
17 Planos da empresa de ações preventivas para problemas (situações que não estão de acordo com o planejamento e a legislação).	29,1	25	12,5	29,1	4,1	100%

Como mostrado na tabela 01, verifica-se que os colaboradores possuem um maior conhecimento nas questões a respeito dos processos de descarte de resíduos, redução, reutilização e reciclagem dos materiais e acerca da CIPA. Em contra partida, observou-se que os pontos relacionados à revisão e objetivos de metas ambientais, as ações desenvolvidas com a comunidade local e o plano de ações preventivas da empresa para tais problemas merecem maior atenção por parte da empresa.

Como sugestão as problemáticas identificadas, sugere-se a adoção de um plano de comunicação interna que esclareça os objetivos das práticas e políticas de sustentabilidade, bem como, o alinhamento destas com os objetivos estratégicos, bem como, proponha ações que possa envolver a empresa, os colaboradores e a comunidade local, de forma que o mesmo possa atingir os objetivos e metas ambientais e estando em conformidade com a legislação vigente.

Na tabela 02 verifica-se do grau de envolvimento (1 – não me envolvo, 2 – pouco me envolvo, 3 – indiferente, 4 – me envolvo em parte e, 5 – me envolvo totalmente) dos pesquisados com relação às políticas e práticas voltadas a sustentabilidade de Veísa.

Tabela 02: Envolvimento dos colaboradores com as políticas e práticas de sustentabilidade da empresa

<b>POLÍTICAS E PRÁTICAS VOLTADAS A SUSTENTABILIDADE DA VEÍSA</b>	<b>ENVOLVIMENTO</b>					<b>Total</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
1 As práticas e políticas do programa de sustentabilidade da empresa.	20,8	33,3	4,1	37,5	4,1	100%
2 Os motivos que levaram a Veísa a desenvolver práticas e políticas de sustentabilidade.	33,3	29,1	8,3	20,8	8,3	100%
3 Programas da empresa de ação contínua à proteção ambiental	25	25	12,5	37,5	0	100%
4 A política da empresa, que visa fornecer bases para estabelecimento e revisão de objetivos e metas ambientais.	41,6	20,8	0	37,5	0	100%
5 Programas da empresa de ação contínua à proteção ambiental	25	33,3	4,1	33,3	4,1	100%
6 Processos da empresa de descarte dos resíduos, tais como óleos e fuligem dos pneus.	33,5	12,5	12,5	41,6	0	100%
7 Processos da empresa que visam à redução, reutilização e reciclagem dos materiais, tais como papéis	20,8	12,5	0	58,3	8,3	100%
8 Programas da empresa de ação contínua à proteção ambiental	33,3	20,8	8,3	37,5	0	100%
9 Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA)	33,3	12,5	8,3	33,3	12,5	100%
10 Busca pela empresa da participação dos colaboradores nos processos de melhoria do ambiente de trabalho.	20,8	20,8	4,1	45,8	8,3	100%
11 Programas da empresa de ação contínua associadas à prevenção de acidentes no trabalho.	25	25	8,3	37,5	4,1	100%
12 Certificação da empresa de qualidade de âmbito nacional/internacional para seus produtos, serviços ou processos.	29,1	8,3	8,3	33,3	20,8	100%
13 Ações desenvolvidas pela empresa para fins de desenvolvimento da comunidade local através da geração de trabalho e renda	45,8	16,6	25	12,5	0	100%
14 A utilização de normas ou códigos de conduta profissional no âmbito da empresa	25	12,5	4,1	45,8	12,5	100%
15 Diretrizes e programas contínuos da empresa voltados para a promoção de integração dos colaboradores com a sociedade.	41,6	12,5	20,8	25	0	100%
16 Políticas formais de capacitação de funcionários que a empresa possui.	20,8	20,8	29,1	25	4,1	100%
17 Planos da empresa de ações preventivas para problemas (situações que não estão de acordo com o planejamento e a legislação).	33,3	12,5	25	25	4,1	100%

Como mostrado na tabela 02, verifica-se que os colaboradores possuem o maior envolvimento com a redução, reutilização e reciclagem dos materiais, a participação dos colaboradores na melhoria do ambiente, a certificação em qualidade e a utilização de normas ou códigos de conduta profissional. Em contra partida dos melhores resultados com relação ao envolvimento com as práticas e políticas de sustentabilidade, observou-se que as práticas e políticas do programa de sustentabilidade da organização, os motivos que levaram a Veísa a desenvolver tais práticas, a política que visa fornecer bases para a revisão dos objetivos e metas ambientais, programa de ação contínua à proteção ambiental, e as ações desenvolvidas com a comunidade local através da geração de trabalho e renda merecem uma profunda atenção por parte da empresa.

Tendo em vista tais problemas, que foram levantados com a pesquisa, enfatiza-se na necessidade da Veísa Veículos investir no desenvolvimento de uma cultura interna voltada a sustentabilidade e, isto demanda a necessidade de um processo de sensibilização de seus colaboradores, amparado em um programa de comunicação claro e voltado aos objetivos estratégicos da organização que estejam claramente alinhados aos objetivos das práticas e políticas voltadas a sustentabilidade. Destaca-se que, para que exista o comprometimento e engajamento de seus colaboradores para com tais práticas, é necessário que a organização invista também em incentivos que motive os colaboradores e os direcionem aos objetivos comunicados.

Sequencialmente, buscou-se levantar como os pesquisados avaliam o processo de comunicação das práticas e políticas de sustentabilidade da empresa para com os colaboradores e percebeu-se que menos da metade dos pesquisados consideram o processo de

comunicação das práticas e políticas da empresa como sendo bom, ou seja, apenas 45,8%, ao mesmo tempo em que, o somatório dos conceitos razoável, ruim e péssimo obtiveram o percentual de 54,2%. Este ponto mais uma vez enfatiza a necessidade da organização investir em um plano de comunicação e sensibilização claro que motive e envolva os colaboradores com tais práticas.

Ao levantar a avaliação dos colaboradores participantes da pesquisa com relação ao programa de sustentabilidade da empresa, pode-se perceber que menos da metade dos pesquisados consideram o programa de sustentabilidade da empresa como sendo bom, ou seja, apenas 45,8%. Já no somatório dos conceitos razoável, ruim e péssimo obteve-se, o percentual de 54,2%, demonstrando, mais uma vez, que a organização necessita focar internamente no desenvolvimento de uma cultura sustentável para conseguir o engajamento de seus colaboradores.

A última questão desta pesquisa buscou levantar contribuições dos pesquisados através de sugestões de como a empresa pode investir seus esforços de maneira a conseguir o seu comprometimento para com as práticas e políticas de sustentabilidade e, na visão dos participantes da pesquisa, é preciso que a empresa invista na comunicação, promoção e divulgação das práticas de sustentabilidade, para que os colaboradores possam ter consciência da importância e, assim, possam ser cobrados. Entretanto, torna-se necessário que a empresa veja a sustentabilidade como um bem ativo e não apenas como uma obrigação, fazendo que esta se torne uma tarefa diária, sendo preciso à compreensão por todos das suas vantagens, para que se torne um guia aos colaboradores. Outro ponto evidenciado, foi à necessidade de maior investimentos no desenvolvimento de programas de incentivo e de valorização dos colaboradores envolvidos.

## 5 CONCLUSÃO

Tendo em vista as questões ambientais tão comentadas nos dias de hoje, e levando em conta a cobrança de todos os atores da sociedade civil e empresarial para que as empresas estejam nas conformidades legais com relação às questões voltadas à sustentabilidade, ou seja, é necessário que as empresas busquem desenvolver práticas que visem adaptar os pilares da sustentabilidade, sejam eles, econômico, o social e o ambiental. Neste sentido o presente estudo partiu do objetivo de analisar se as práticas e políticas organizacionais da Veísa Veículos, concessionária Mercedes Benz em Santa Maria, estão alinhadas aos preceitos da sustentabilidade, sejam eles, os aspectos econômicos, sociais e ambientais.

Ao conhecer os aspectos relacionados às práticas e políticas de gestão voltadas à sustentabilidade desenvolvidas pela organização em estudo, levantou-se que a empresa, com o objetivo de cumprir os requisitos do programa *Star Class* da concessionária Mercedes-Benz, a Veísa Veículos vem implementando desde 2009 o Sistema de Gestão Ambiental (SGA), estabelecendo objetivos e metas para diminuir os impactos referentes às suas atividades, desenvolvendo um programa de ações internas que visam garantir as melhores práticas e procedimentos para a preservação do meio ambiente.

Já no que tange o posicionamento da empresa em relação aos motivos, vantagens e desvantagens que tais práticas e políticas trazem para a mesma, verificou-se que a participação no programa de qualidade da Mercedes-Benz torna-se necessária para a melhoria contínua de seus processos visando à completa satisfação dos clientes e reconhecimento dos resultados e esforços dos colaboradores, estando a mesma atenta às inovações do mercado, proporcionando uma cultura sustentável em seu ambiente interno e externo.

Como vantagem, observou-se o respeito e cuidado com o meio ambiente através da utilização consciente e da reciclagem dos materiais que são vendidos e posteriormente retornam como investimentos em projetos para melhorias internas e materiais para divulgação e reeducação de seus colaboradores. No entanto, no que se refere à desvantagem evidenciou-

se o não alinhamento e integração de todos os processos da empresa de forma auto sustentável.

Evidenciou-se que, apesar da importância da percepção e envolvimento dos colaboradores com as práticas e políticas voltadas a sustentabilidade da empresa, observou-se que tal envolvimento é baixo pela falta de clareza nas informações passadas pela empresa, bem como, por não haver incentivos para tal engajamento. Este fato fica mais evidente ao ser levantado o grau de conhecimento dos colaboradores da empresa em relação a este assunto e a aplicabilidade dele dentro da Veísa, ao verificar-se que há um conhecimento no que se refere à redução, reutilização e reciclagem, porém, as demais práticas são desconhecidas fazendo assim com que os colaboradores não se importem com tais práticas, o que influenciou negativamente também no seu envolvimento com tais práticas.

Assim, o presente estudo proporcionou informações que permitem a empresa identificar pontos de melhoria no seu processo de comunicação, cabendo sugerir que a organização em questão invista principalmente na divulgação e implementação do programa de incentivos aos colaboradores, alinhados as práticas e políticas sustentáveis. Conclui-se que, há o interesse por parte da empresa com relação as questões sustentáveis, porém, são claras as barreiras tais como a cultura organizacional, engajamento dos colaboradores e, principalmente, a necessidade do investimento na comunicação e no incentivo a participação e comprometimentos com os princípios sustentáveis da empresa.

## REFERÊNCIAS

- AFONSO, Cintia Maria. **Sustentabilidade: caminho ou utopia?** São Paulo: Annablume, 2006.
- ALIGLERI, Lilian; ALIGLERI, Luiz Antonio; e KRUGLIANSKAS, Isak. **Gestão socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio.** São Paulo: Atlas, 2009.
- ALMEIDA, Afonso. **Os desafios da sustentabilidade: uma ruptura urgente.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- ALMEIDA, Fernando. **O bom negócio da sustentabilidade.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.
- ALMEIDA, Josimar Ribeiro de; MORAES, Frederico Eugênio; SOUZA, José Moutinho; MALHEIROS, Telma Marques. **Planejamento ambiental: caminho para participação popular e gestão ambiental para nosso futuro comum. Uma necessidade, um desafio.** 2. ed. Rio de Janeiro: Thex Ed.: Biblioteca Estácio de Sá, 1999.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação.** 9. ed. – São Paulo: Atlas, 2009.
- ARAÚJO, Gisele Ferreira de. **Estratégias de sustentabilidade: aspectos científicos, sociais e legais, contexto global: visão comparativa.** São Paulo: Editora Letras Jurídicas, 2008
- BARBIERI, José Carlos; SIMANTOB, Moysés Alberto. **Organizações inovadoras sustentáveis: uma reflexão sobre o futuro das organizações.** São Paulo: Atlas, 2007.
- CORAL, Elisa. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial.** Florianópolis: UFSC, 2002.
- DALY, Herman. **A economia ecológica e o desenvolvimento sustentável.** Tradução de John Cunha Comerfort. Rio de Janeiro: Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Alternativa, 1991.
- DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- FIALHO, Francisco Antonio Pereira; FILHO, Gilberto Montibeller; MACEDO, Marcelo; e GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

- JUNG, Carlos Fernando. **Metodologia para pesquisa e desenvolvimento**: aplicada a novas tecnologias, produtos e processos. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.
- LEFF, Henrique (coord): tradução de Eliete Wolff. **A complexidade ambiental**. São Paulo: Cortez, 2003.
- LIMA, José Dantas. **Gestão de resíduos sólidos urbanos no Brasil**. 2008.
- MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MOREIRA, Maria Suely. **Estratégia e implantação do sistema de gestão ambiental: modelo ISO 14000**. Belo Horizonte: Editora de Desenvolvimento Gerencial, 2001.
- PALERMO, Marco Antonio. **Gerenciamento ambiental e integrado**. São Paulo: Annablume, 2006.
- PEREIRA, Adriana Camargo; SILVA, Gibson Zucca da; e CARBONARI, Maria Elisa Ehrhardt. **Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente**. São Paulo: Saraiva, 2011.
- REIS, Luis Filipe Sanches de Sousa; QUEIROZ, Sandra Mara Pereira de. **Gestão Ambiental em pequenas e médias empresas**. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed, 2002.
- ROBLES JR, Antonio; BONELLI, Valério Vitor. **Gestão da qualidade e do meio ambiente: enfoque econômico, financeiro e patrimonial**. São Paulo: Atlas, 2006.
- SANTOS, Rozely Ferreira dos. **Planejamento: teoria e prática**. São Paulo: oficina de textos, 2004.
- SEIFERT, Mari Elizabete Bernardini. **Gestão Ambiental: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental**. São Paulo: Atlas, 2007.
- TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade corporativa: Estratégias de negócios focadas na realidade brasileira**. 6. ed. Revista e ampliada – São Paulo: Atlas, 2010.
- VALLE, Cyro Eyer do. **Qualidade Ambiental: ISO 14000**. 5. ed. – São Paulo: Senac São Paulo, 2004
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- VITERBO JR, Ênio. **Sistema integrado de Gestão Ambiental: como implementar um sistema de gestão que atenda à norma ISO 14001, a partir de um sistema baseado na norma ISO 9000**. São Paulo: Aquariana, 1998.