

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

**PROJETOS DE GESTÃO AMBIENTAL IMPLANTADOS EM EMPRESA ATUANTE  
NO MERCADO AUTOMOBILÍSTICO**

**PROJECT MANAGEMENT ENVIRONMENTAL IMPLANTED IN NOW ACTIVE  
MARKETING AUTOMOTIVE**

Angélica Pozzatto Bortolozo, Marília Finamor Lopes Nunes e Sibila Luft

**RESUMO**

A gestão ambiental foi inicialmente implantada nas organizações por questões legais, porém, no contexto atual, ela é tida como uma estratégia de marketing. Neste sentido, este trabalho procura fazer uma breve explanação de programas sustentáveis em vigor numa empresa atuante no mercado automobilístico, situada no centro-oeste do estado. A partir da análise feita, salientamos a importância da manutenção dos processos, bem como a conscientização e constante treinamento dos colaboradores quanto aos programas de gestão ambiental.

**Palavras-chave:** gestão ambiental, organizações, conscientização, treinamento, manutenção.

**ABSTRACT**

Environmental management was initially deployed in organizations for legal, however, in the current context, it is seen as a marketing strategy. Thus, this paper seeks to make a brief explanation of sustainable programs in place in a company active in the automobile market, located in the center-west of the state. From the analysis, we emphasize the importance of maintenance processes, as well as awareness and constant training of employees with regard to environmental management programs.

**Keywords:** environmental management, organizations, awareness, training, maintenance

## INTRODUÇÃO

Grande parte das atividades realizadas na sociedade atual são potentes geradoras de resíduos, que em sua grande maioria causam impactos nocivos ao meio ambiente. O surgimento destas questões, bem como seu agravamento, está diretamente ligado ao crescimento populacional, a industrialização, a urbanização crescente, a diminuição dos recursos naturais e a poluição. (Ruiz e Lima, s.d)

Durante muito tempo, pensou-se que o meio ambiente era uma fonte inesgotável de matéria prima, porém, atualmente, percebe-se que o ecossistema vem sofrendo sérios danos gerados pela exploração indevida de seus recursos. Concomitante a isto, percebemos uma redução da qualidade de vida do ser humano que habita este meio.

As organizações tiveram que adequar-se às questões referentes à sustentabilidade, buscando alternativas que possibilitem que continuem produzindo lucrativamente, mas de forma sustentável, sem agredir o meio ambiente, ou agredindo numa menor escala. Inicialmente sentiram-se obrigadas a assumirem esta responsabilidade, mas, com a popularização da conscientização ambiental, ser ambientalmente responsável tornou-se uma estratégia de marketing.

## OBJETIVOS

Este trabalho se propõe a analisar projetos de gestão ambiental dentro de uma empresa que atua no ramo automobilístico, salientando a importância da conscientização dos colaboradores quanto aos projetos implantados. Dentro deste aspecto, ressaltamos a importância da manutenção dos processos e constante atualização dos funcionários.

## REVISÃO DA LITERATURA

Percebemos, atualmente, uma maior implicação das organizações com questões ambientais, aspecto que se dá pelo próprio movimento ambientalista atual e também por questões legais.

O movimento que busca um ambiente sustentável se inicia em resposta a industrialização. Ganhando destaque no ano de 1962, onde a cientista e escritora Rachel Carson publica um livro (*A Primavera Silenciosa*), no qual faz um alerta quanto ao uso de pesticidas químicos sintéticos, destacando a necessidade de se respeitar o ecossistema que habitamos, a fim de proteger a saúde humana e o meio ambiente. (SEBRAE, 2012)

O referido movimento ganhou força com a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, realizada em Estocolmo no ano de 1972. Movidos pela Conferência, a Assembléia Geral criou, no mesmo ano, o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma), este coordena os trabalhos da ONU no que se refere ao ecossistema global. No ano de 1992, foi realizada a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, a partir de então, o assunto foi colocado diretamente na agenda pública. (SEBRAE, 2012)

*“Na década de 1970, os governantes foram os árbitros primários da performance ambiental das empresas. Os administradores viam a relação entre meio ambiente e empresa como uma restrição regulatória. No período de 1970 a 1985, viu-se o começo da integração entre os governantes e ativistas sociais dos países mais industrializados, embora fraca, e entre preocupações ambientais e estratégias de negócios, o que alguns autores denominaram “adaptação resistente””. (Macedo e Oliveira, 2005, p. 133)*

De acordo com Macedo e Oliveira (2005), firmou-se em 1972, um acordo baseado no “Princípio do Poluidor Pagador”, ou seja, houve uma elevação no preço dos produtos ambientalmente mais nocivos, o que levou os consumidores a procurar produtos substitutos “mais limpos”.

No Brasil, o movimento ambientalista inicia-se em meados da década de 70, resultado de influências externas, como a Conferência de Estocolmo, e internas “representadas pela superação do mito desenvolvimentista, pelo aumento da devastação amazônica, a formação de uma nova classe média, influenciada pelos novos debates sobre a qualidade de vida, e o malogro dos movimentos armados de esquerda.” (JACOBI, 2003, p. 2)

Inserido no movimento ambientalista, o Brasil realiza no ano de 1992, a Rio-92, que ficou conhecida como *Cúpula da Terra*, neste evento, criou-se uma agenda global para o meio ambiente, chamada de *Agenda 21*. (SEBRAE, 2012)

*“Na Agenda 21, os governos delinearam um programa detalhado para ações que afastem o mundo do atual modelo insustentável de crescimento econômico, direcionadas para atividades que protejam e renovem os recursos ambientais, dos quais o crescimento e o desenvolvimento dependem”.* (SEBRAE, 2012)

Em meio a todo esse movimento ambientalista, as organizações passaram a sofrer pressões dos poderes constituintes responsáveis e da própria sociedade, a fim de que se moldem aos valores propostos pelo mesmo. O objetivo maior das empresas continuava sendo o lucro, mas este deveria ser alcançado de forma sustentável. Neste contexto, percebe-se que a gestão ambiental empresarial é condicionada pelas regulamentações, pela busca de uma melhor reputação, pela pressão dos acionistas, dos investidores e bancos, e pela pressão dos próprios consumidores e concorrentes. (Macedo; Oliveira, 2005)

Em meados da década de 1980, a ênfase dada até então para a regulamentação dos insumos e das atividades, volta-se para os resultados. “Os novos instrumentos de política ambiental mudaram as possibilidades de utilização das ações ambientais como instrumentos de *marketing* e estratégia competitiva pelas empresas.” (Macedo; Oliveira, 2005, p.134)

Cada organização busca estratégias de gestão ambiental de acordo com sua produção e suas demandas. Os projetos de sustentabilidade elaborados visam à proteção do meio ambiente e um retorno financeiro a curto, médio ou longo prazo.

Cabe salientar, a importância da conscientização dos colaboradores quanto às estratégias de gestão ambiental implantadas pela empresa, ou seja, eles precisam saber por que e para que são orientados a fazer determinadas práticas ditas sustentáveis.

## **METODOLOGIA/RESULTADOS**

Neste trabalho procuramos entender os projetos de gestão ambiental em vigor numa organização familiar de médio porte, com 36 anos de atuação no mercado automobilístico, situada na região centro-oeste do estado do Rio Grande do Sul, representante de uma montadora de renome no país. Foi realizada para esta explanação uma pesquisa bibliográfica, juntamente com uma pesquisa de campo.

Por terceirizar o serviço, esta organização precisa se adequar a algumas exigências impostas pela montadora, como por exemplo, o programa “Atendimento Premium”, posteriormente atualizado para “Novo Serviço Chevrolet”. Com ele, foram necessárias algumas adaptações, no que diz respeito a atendimento, infra-estrutura e conscientização em relação às questões ambientais.

Dentre os projetos ambientais que entraram em vigor a partir da instalação do Novo Serviço Chevrolet, está a separação e o recolhimento das embalagens e filtros de óleo. Estas são recolhidas por uma empresa de Santa Cruz do Sul/RS, que proporciona o devido destino ao material poluente, buscando alternativas de processamento aos resíduos.

Em uma das filiais da referida organização, foi instalada uma cisterna. Esta destina-se ao abastecimento da água utilizada na lavagem dos carros. Este sistema vem sendo instalado em outras filiais juntamente com reformas que estão sendo realizadas.

Na matriz, há uma cabine para pintura dos veículos, esta possui o chão vazado onde passa água para captar os resíduos de tinta excedente, levando-os para ser processados antes de entrarem em contato com o meio ambiente. Este modelo será implantado também nas filiais, por ser requisito obrigatório de acordo com o “Programa de Funilaria”.

Para reforçar a importância da efetivação destes projetos, foi realizado uma gincana organizacional, onde a matriz e as oito filiais disputaram entre si, um prêmio no valor aproximando de mil reais. A gincana tinha como objetivo conscientizar colaboradores de forma dinâmica a respeito da importância de separar o lixo, economizar água, manter a empresa limpa e gerida de forma sustentável.

## LIMITAÇÕES

Podemos perceber algumas limitações nos projetos analisados no que se refere à interface destes com os colaboradores da empresa. No momento da implantação dos programas de gestão ambiental citados neste trabalho, os funcionários receberam orientações e treinamentos, principalmente no que se refere à separação do lixo, porém, não há uma continuidade neste processo. Não há uma manutenção, uma ‘reciclagem’ dos colaboradores, assim como não há um treinamento dos funcionários novos.

Cabe, portanto, aos responsáveis pelos recursos humanos, atuar de forma a sensibilizar os colaboradores envolvidos, e o desenvolvimento dos gestores dos programas de gestão ambiental,

*“e ainda desenvolver mecanismos para facilitar as mudanças culturais que facilitarão o processo de implantação do projeto e minimizarão as resistências a ele, promovendo a divulgação do projeto e disseminando a comunicação entre toda a estrutura organizacional.” (Macedo e Oliveira, p. 151, 2005)*

Dentro desta perspectiva, podem ser referidas, segundo Andrade, Tachizawa e Carvalho, citado por Macedo e Oliveira (2005), algumas políticas, programas e procedimentos essenciais para uma gestão ambiental eficiente, são elas: processo de aperfeiçoamento, contribuição para o esforço comum, abertura ao diálogo, comunicação para o cumprimento de regulamentos e informações e formação de pessoal.

## CONCLUSÕES

Podemos concluir a partir deste trabalho que a gestão ambiental deve ser tida como algo que vai além da responsabilidade social, ela está vinculada a imagem da empresa, portanto deve ser vista como um fator estratégico. E para que se tenha sucesso nos programas de sustentabilidade é imprescindível a constante manutenção dos processos, conscientização e treinamento contínuo dos colaboradores, deste modo, é indispensável que se tenha gestores totalmente engajados e dispostos a trabalhar por esta causa.

## RECOMENDAÇÕES DE ESTUDO

Este trabalho aborda algumas possibilidades de gestão ambiental, enfatizando as que estão em vigor na empresa citada. Porém, cabe ressaltar, que outros meios sustentáveis podem ser analisados. Como exemplo podemos citar a digitalização de documentos, aprovada na Lei nº 12.682, de 9 de julho de 2012.

Outra forma de gestão sustentável que pode ser adotada pelas organizações é a chamada virtualização de desktops e servidor, onde diversos sistemas operacionais são executados em um único equipamento físico. Isto proporciona uma redução considerável no gasto de energia, visto que os dispositivos usados consomem em média de 1 a 5 watts, enquanto computadores comuns consomem em média 300 watts, sem contar que estes equipamentos geram apenas algumas gramas de lixo eletrônico.

## Referências

BRASIL. Lei nº 12.682, de 9 de julho de 2012.

Gestão Sustentável na Empresa/ SEBRAE – Cuiabá, 2012.

JACOBI, Pedro. Movimento ambientalista no Brasil. Representação social e complexidade da articulação de práticas coletivas. In: Ribeiro, W. (org.) Publicado em Patrimônio Ambiental – EDUSP - 2003

MACÊDO, Kátia B.; OLIVEIRA, Alberto de. **A gestão ambiental nas organizações como nova variável estratégica.** Revista Eletrônica Psicologia: Organização e Trabalho, Brasília,

v. 5, n.1, jan./jun. 2005. Disponível em  
<<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/rpot/article/view/7776>>. Acesso em: 04 jun. 2013.

NCOMPUTING. A Solução é simples e eficiente. Disponível em  
<<http://pt.ncomputing.com/company/green-computing>>. Acesso em: 10/07/2013

RUIZ, Luiz E. C.; LIMA, Gilson A. **Sistema de Gerenciamento Ambiental e Consequências nos processos e produtos das Indústrias Automobilísticas: Estudo de Caso em uma Montadora.** [s.l] [s.d]