

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

GESTÃO AMBIENTAL DE UMA ORGANIZAÇÃO VAREJISTA: ESTUDO DE CASO DE UMA REDE DE SUPERMERCADOS DE CAMPO GRANDE – MS

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN A RETAIL ORGANIZATION: A CASE STUDY OF A CHAIN OF SUPERMARKETS FROM CAMPO GRANDE-MS

Leonardo Recena Aydos, Denise Barros de Azevedo e Maísa Gomide Teixeira

RESUMO

A preservação do meio ambiente se tornou um requerimento para a sociedade e, diante desse cenário, torna-se importante que as empresas tenham uma Gestão Ambiental que objetive a redução dos impactos causados por suas atividades. A literatura atual nacional carece de estudos empíricos sobre esse tipo de gestão em empresas de médio porte. Portanto, mais estudos de gestão ambiental em organizações com essa configuração são ressaltados. Assim, realizamos uma pesquisa qualitativa, delimitada como estudo de caso, para explorar esses aspectos em uma Rede de Supermercado de Campo Grande – MS. A organização foi visitada e foram realizadas entrevistas semiestruturadas com dois funcionários em cargos de decisão e importância: o proprietário e o responsável pela Gestão Ambiental. Os resultados apontam que os investimentos em relação à área ambiental só são feitos para cumprir a legislação vigente e que, para os respondentes, os gastos para oferecer serviços mais sustentáveis ainda não se justificam, pois os consumidores não estão aptos a gastarem mais para consumir em uma empresa “verde”.

Palavras-chave: Gestão Ambiental, Desenvolvimento Sustentável, Supermercado, Varejo.

ABSTRACT

The preservation of the environment has become a requirement for society and, in face of this scenario, it is important that companies have an Environmental Management that aims to reduce the impacts of their activities. The national current literature lacks empirical studies on this type of management in midsize companies. Therefore, further studies of environmental management in organizations with this setting are highlighted. Thus, we conducted a qualitative research, outlined as a case study to explore these aspects in a chain of supermarkets from Campo Grande - MS. The organization was visited and semi-structured interviews were carried out with two employees in important decision-making positions: the owner and the manager in charge of the environmental management. The results show that investments in the environmental area are only made to comply with existing legislation and, for respondents, expenditures to provide more sustainable services still are not justified because consumers are not willing to spend more to consume in a "green" company.

Keywords: Environmental Management, Sustainable Development, Supermarket, Retail.

1. INTRODUÇÃO

A evolução da tecnologia concedeu ao homem moderno uma enorme capacidade de produção, difundindo o conhecimento e os bens materiais, que possibilitaram o avanço de diversas outras áreas. Porém, a produção tomou proporções tão grandes que, devido a utilização dos recursos naturais da Terra, começou a causar grandes impactos ao meio ambiente (ARAÚJO, 2001).

Ao longo das últimas décadas o tema da Gestão Ambiental nas organizações evoluiu *pari passu* com o conceito de Desenvolvimento Sustentável. Atualmente está clara a necessidade de preservação do meio ambiente pelas diversas partes que o compõem, portanto cabem as empresas a tarefa de criar mecanismos capazes de reduzirem os impactos negativos ao meio ambiente gerados por suas atividades, mas sem comprometer de forma significativa o lucro dos negócios.

O objetivo desse artigo é caracterizar a Gestão Ambiental em uma organização. Buscar-se-á como as empresas estão se adequando a necessidade da preservação ambiental, e quais motivos as levam a adotar mecanismos de redução dos impactos ao meio ambiente. As organizações podem adotar a Gestão Ambiental como uma estratégia, ou apenas como forma de se adequar a legislação vigente. Para que a Gestão Ambiental seja implementada de forma eficiente é preciso que os gestores e executores compreendam a importância dessa no espaço organizacional e até mesmo na esfera mundial (GIESTA, 2005).

A pesquisa está organizada em 5 partes: primeiramente esta seção que é uma breve introdução ao tema, logo em seguida na segunda parte é feita uma discussão teórica sobre os conceitos de Desenvolvimento Sustentável e Gestão Ambiental, que são os principais temas desse estudo; na terceira parte é apresentada a metodologia que foi utilizada para coleta dos dados; por fim na quarta e quinta parte são apresentados os resultados da pesquisa de campo realizada e as conclusões obtidas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Desenvolvimento Sustentável

O conceito de “Desenvolvimento Sustentável” não é consensual, mas de forma geral “[...] inclui a utilização de recursos com o caráter de perpetuação, envolvendo crescimento econômico, preservação ambiental e bem-estar social.” (PEREIRA, 2009, p. 120). Para AZEVEDO *et al.* (2014, p. 143) “O desenvolvimento sustentável reconcilia os aspectos econômicos e sociais com as dimensões da biofísica referentes aos recursos naturais e à própria capacidade dos distintos ecossistemas de responder à demanda a que são submetidos pelas sociedades.”

Marcos importantes na evolução do conceito de Desenvolvimento Sustentável ao longo das últimas décadas, estão apresentados na Figura 1, abaixo:



Figura 1- Linha do Tempo Desenvolvimento Sustentável
Fonte: Adaptado de PEREIRA, 2009, p.118

Para Pereira (2009), o estudo do americano Roger Revelle, no ano de 1957, pode ser apontado como o primeiro passo para discussão do desenvolvimento sustentável. O estudo apontou a relação entre as emissões de CO₂ na atmosfera e a elevação da temperatura global, mas à época, só foi considerado por alguns pesquisadores. Assim, o marco inicial do movimento é referenciado como sendo a Conferência sobre a Biosfera, na cidade de Paris em 1968, na qual foi criado o programam Homem e Biosfera, com o objetivo de “ampliar os entendimentos da relação entre os humanos e o meio ambiente, e promover o conhecimento, a prática e os valores humanos para implantar as boas relações entre as populações e o meio ambiente em todo o planeta (BARBIERI; SILVA, 2011, p.54)”.

O assunto continuou a ser debatido na Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente Humano (Cnumah) realizada em Estocolmo (1972), em que foi firmada a Declaração sobre o Ambiente Humano, composta por 26 princípios (BARBIERI; SILVA, 2011), sendo o primeiro e mais emblemático:

O homem tem o direito fundamental à liberdade, à igualdade e ao desfrute de condições de vida adequadas em um meio ambiente de qualidade tal que lhe permita levar uma vida digna e gozar de bem-estar, tendo a solene obrigação de proteger e melhorar o meio ambiente para as gerações presentes e futuras (CNUMAH, 1972, Princípio 1, p. 1 *apud* BARBIERI; SILVA, 2011, p.54).

Esse princípio admite a evolução social do homem com respeito ao meio ambiente, “[...] o que confere sentido para a expressão socioambiental.” (BARBIERI; SILVA, 2011, p.54).

A partir dessas agendas o tema ganhou destaque, não só nas discussões acadêmicas, mas também em outras esferas da sociedade, “[...] o que fez a Organização das Nações Unidas (ONU) criar a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) e encomendar o Relatório Brundtland” (AZEVEDO *et al.*, 2014, p. 142-143).

O Relatório de Brundtland definia o desenvolvimento sustentável como: “aquele desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem comprometer as possibilidades das gerações futuras atenderem suas próprias” (Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1991, *apud* AZEVEDO *et al.*, 2014, p. 143)

Para Araújo (2001), um dos marcos mais importantes em relação ao Desenvolvimento Sustentável foi a Conferência Mundial das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, que ocorreu no Rio de Janeiro em 1992, e ficou conhecida como Eco-92. Nela foram criados diversos documentos relacionados a preservação do meio ambiente, mas o principal foi a Agenda 21, que foi assinada por 170 países.

A Agenda 21 é um documento com temas ligados ao desenvolvimento socioeconômico: pobreza, minorias, ambiente, tecnologia e indústria. A abrangência deste documento é ampla, pois visa contemplar não só as empresas do setor público, mas também o setor governamental nas esferas municipal, estadual, regional, nacional e global. Este documento contempla a participação de todas as nações envolvidas, visando um desenvolvimento único (ARAÚJO, R. M. S., 2001, p. 32).

Desta forma, na década de 1990 já estava claro a necessidade de preservação do meio ambiente, conciliando o esforço das pessoas, das organizações e das instituições. Desse modo, a questão da Gestão Ambiental, passa a ser de grande importância para diversas empresas de todo o mundo, que passaram a ser esforças para criar medidas capazes de diminuir o impacto que seus serviços geram ao meio ambiente mas sem acarretar em grandes custos, algumas vezes até reduzindo-os.

2.2 GESTÃO AMBIENTAL

A Gestão Ambiental é a “completa incorporação de objetivos e estratégias ambientais aos objetivos e estratégias mais amplos existentes na organização.” (HADEN, OYLER E HUMPHREYS *apud* JABBOUR *et al.*, 2011, p. 364).

O conceito de Gestão Ambiental evolui *pari passu* com as discussões sobre Desenvolvimento Sustentável. Mas, a visão que a internalização da Gestão Ambiental em um empresa iria impreterivelmente acarretar em custos para organização preponderou até o final da década de 1970 (CORAZZA, 2003).

Nos anos de 1980 as práticas ambientais dentro das organizações ainda eram realizadas apenas com intuito de adequar a empresa às sanções legais e sociais, ou seja, uma resposta as pressões dos *stakeholders*, mais especificamente do governo e ativistas (FERREIRA, 2012).

Somente a partir de 1990 as empresas começam, gradualmente, a perceber oportunidades de diferenciação de seus produtos, além das estratégias de *marketing* que ações ambientais poderiam proporcionar. A partir desse momento, a Gestão Ambiental não é mais apenas um compromisso legal, mas começa a ser vista como uma estratégia competitiva (SOUZA, 2002). É evidente que, esse pensamento das empresas seguiu a tendência da sociedade como um todo, que neste período já assimilava de maneira clara a importância da preservação do meio ambiente.

Diversos setores da sociedade começaram a exercer influência sobre as organizações para que mantivessem condutas ambientalmente adequadas, como algumas instituições bancárias “[...] que estariam associando performances ambientais ruins a risco financeiro mais elevado; e associações comerciais, educacionais e religiosas, que passaram a institucionalizar determinadas demandas ambientais.” (SOUZA, 2002, p.4).

Assim, a Gestão Ambiental passou a ser um objetivo das organizações, que focaram nos mecanismos que poderiam ser adotados de forma a aliar a redução de custos às práticas sustentáveis, “ou seja, não basta a identificação de parâmetros para o controle ambiental e para a manutenção/incremento dos recursos naturais; requer-se também a avaliação do custo que a sociedade incorre para a obtenção dos resultados almejados.” (GUIMARÃES; DEMAJOROVIC; OLIVEIRA, 1995, p.73). Nesse sentido, Corazza (2003) defende que para que a Gestão Ambiental seja implementada de maneira efetiva em uma organização é preciso que haja uma integração matricial, ou seja, integrar a Gestão Ambiental em todos departamentos da empresa.

Para Araújo (2001, p. 31) “a gestão ambiental não deve ser vista como uma ferramenta isolada, e sim, como parte a ser incluída no ambiente da gestão de negócios. A gestão ambiental participa do mesmo ambiente da gestão pela qualidade total (GQT)”. Por conseguinte, cabe estudar quais mecanismos de Gestão Ambiental uma organização pode adotar.

2.3 Sistemas de Gestão Ambiental

Como vimos nos tópicos acima, a Gestão Ambiental deve fazer parte do GQT de uma empresa e para que tenha maior eficiência, deve estar incluída em todos departamentos da organização. Cabe então, estudar quais os mecanismos que uma firma pode utilizar para implementar a Gestão Ambiental.

Um SGA pode se tornar vantajoso ao ponto de não só amenizar os impactos causados ao meio ambiente, como também reduzir significativamente os custos da organização, “para que um SGA seja eficaz, deve cobrir, portanto desde a fase de concepção do projeto até a eliminação efetiva dos resíduos gerados pelo empreendimento depois de implantado, durante toda sua vida útil.” (ARAÚJO, 2001, p.33)

Um SGA pode também promover “a melhoria contínua das condições de segurança, higiene e saúde ocupacional de todos os seus empregados e um relacionamento sadio com os

segmentos da sociedade que interagem com esse empreendimento e a empresa.” (ARAÚJO, 2001, p.34)

O SGA leva a empresa a cumprir não só com os requisitos ambientais obrigatórios, mas também com requisitos voluntários. Desta forma, os requisitos ambientais obrigatórios são aqueles que a legislação exige das organizações, portanto são considerados pré-requisitos mínimos para que essas operem legalmente, já os requisitos voluntários são atitudes tomadas pela própria firma, que reduzirão os impactos causados pelo meio ambiente, e podem vir a se tornar um diferencial do produto, uma estratégia de *marketing* (ARAÚJO, 2001).

2.3.1 MECANISMOS DE NORMATIZAÇÃO

Com objetivo de criar uma normatização, proporcionando um meio dos indivíduos que não fazem parte de uma organização poderem julgar as iniciativas dessas em relação a Gestão Ambiental, foram feitos alguns modelos reconhecidos mundialmente, que são relacionados ao SGA, entre eles estão: o BS 7750, o EMAS e o ISO 14.001 (TREMARIN, 2001).

Uma das mais importantes gestoras de normatização é a ISO (*International Standardization Organization*), que “é uma organização não governamental fundada em 1947, com sede em Genebra, na Suíça, que atua como uma federação mundial de organismos nacionais de normatização” (NAHUZ, 1995, p. 56)

A ISO 14001 propõe-se a fornecer elementos para um SGA efetivo a todos os tipos e tamanhos de organizações. O SGA poderá estar integrado a outros sistemas gerenciais que deverão auxiliar a atingir os objetivos ambientais e financeiros. A norma é aplicável a toda organização que deseja implementar e manter um SGA ou assegurar-se da conformidade com os itens da política ambiental e, ainda, demonstrá-la a terceiros, bem como buscar uma certificação reconhecida por organismo independente para este sistema e emitir uma declaração pública de conformidade com a norma (Bureau Veritas [199_]) (TREMARIN, 2001, p.51)

Desta forma, uma empresa pode implementar a ISO e/ou comprar apenas de fornecedores que tenham a ISO 14.001, para conseguir uma diferenciação de seu produto, sinalizando aos consumidores que é uma organização que se preocupa como meio ambiente.

2.3.2 CICLO PDCA

Para que a empresa consiga implantar um sistema formal de gerenciamento do meio ambiente, deve compreender os processos que ocorrem internamente, para assim aprimorá-los. Uma das ferramentas utilizadas nessa análise é o Ciclo PDCA, que significa:

Plan, to see what is already done, what is to be achieved, and the specifications and assignments to be defined. Do, to begin the construction of the learning environment and everything previously defined. Check, to verify the application's deployment; and Act, to take into account the feedback perceived from the educational project and thus, to redefine future processes. (LÓPEZ; BUILES, 2012, p.63)

Uma ilustração do ciclo pode ser vista na Figura 2. A primeira etapa que a empresa deve realizar é definir os objetivos ambientais e ver o que é necessário para alcançá-los, em seguida deve começar a executar o que foi previamente estabelecido. A terceira etapa consiste em verificar se o que foi proposto está sendo realizado, e por fim, deve “agir”, ou seja, realizar “a execução de ações para melhorar continuamente o desempenho do sistema da Gestão Ambiental.” (TAUCHEN; BRANDLI, 2006, p. 508).



Figura 2. Ciclo PDCA
Fonte: (LÓPEZ; BUILES, 2012)

Portanto, o Ciclo PDCA é uma importante ferramenta que uma empresa pode utilizar para melhorar a sua Gestão Ambiental. Vale lembrar que para melhores resultados o ciclo deve ser implantado continuamente.

2.2.2 SETOR VAREGISTA E SUSTENTABILIDADE

No setor varejista destaca-se o segmento supermercadista, devido a sua ampla inserção social e abrangência. Segundo Luiz Carlos de Macedo, gerente executivo do Centro de Excelência em Varejo da Fundação Getúlio Vargas, “os supermercados continuam na dianteira das práticas sustentáveis do varejo, um promotor do consumo consciente e disseminador de iniciativas ambientalmente responsáveis.”. Para o pesquisador, estas práticas devem ser

incentivadas internamente incluindo-as no planejamento de longo prazo dos empreendimentos. (CONCEIÇÃO, 2012)

De acordo com a Abras (Associação Brasileira de Supermercados), algumas das atitudes que os supermercados podem tomar visando a sustentabilidade ambiental são:

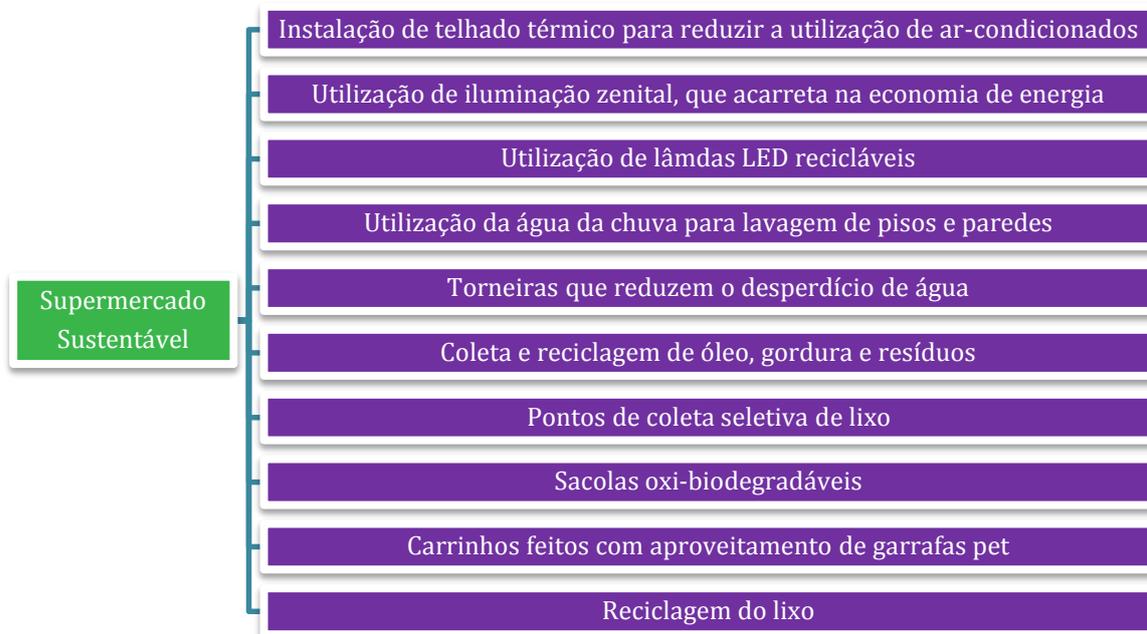


Figura 3. Exemplo de medidas ambientais que podem ser adotadas em uma loja varejista
Fonte: Abras (Associação Brasileira de Supermercados), 2014

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foi realizada uma pesquisa exploratória com abordagem qualitativa, com o escopo de estudar como a Gestão Ambiental está inserida em uma rede varejista, buscando aprofundar o conhecimento em relação aos motivos, oportunidades e empecilhos que estão ligados às organizações de médio/grande porte em adotar medidas ligadas à sustentabilidade.

Para Gil (2008, p.27), pesquisas exploratórias são utilizadas principalmente para aprofundar o conhecimento em determinado tema, sendo que usualmente contemplam uma revisão bibliográfica do assunto abordado, além de entrevistas ou estudos de caso.

O método de investigação escolhido foi o estudo de caso, que pode ser definido como “uma investigação empírica que; investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando; os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.” (YIN, 2001, p. 32). Portanto para o autor, este método é adequado quando o pesquisador acredita que deve trabalhar com situações contextuais, sendo que estas terão importância notável para evolução dos estudos relacionados ao tema. A pesquisa foi realizada em quatro fases esquematizadas a seguir.



Figura 4. Fases de realização da pesquisa
Fonte: Elaboração própria

A escolha da organização a ser estudada levou em conta a afinidade pessoal de um dos autores desta pesquisa com o proprietário da empresa. Esse aspecto é importante, pois para realização deste estudo, houve consenso prévio de que todas informações seriam mostradas de forma transparente. Desse modo, foram amenizadas distorções que podem ocorrer entre as informações obtidas pelo pesquisador e a realidade do fenômeno estudado. Isso posto, a pesquisa refletiu a situação da empresa em relação a Gestão Ambiental, sem subterfúgios nas respostas dos entrevistados.

Foram realizadas duas entrevistas, a primeira, com o Diretor da Empresa, que atua como administrador e teve o objetivo de apresentar a pesquisa e coletar dados gerais da empresa. Nessa ocasião foi acertado entre as partes que o nome da empresa e dos entrevistados não seria divulgado, dessa forma, as perguntas seriam respondidas da forma mais sincera possível, sem ocultar ou modificar alguma informação, acarretando na coleta de informações que refletem a realidade, porém sem prejudicar a imagem da empresa. A segunda entrevista foi feita novamente com o Diretor da Empresa, mas com o acompanhamento do responsável pelas atividades ambientais, que responderam as questões do questionário elaborado pelos autores.

3.1 Caracterização dos empreendimentos

As atividades da rede de supermercados em estudo tiveram início no ano de 2008, quando foram adquiridos dois empreendimentos que já possuíam uma estrutura e estavam à venda. Desta forma, os sócios viram uma oportunidade de começar seu empreendimento aproveitando a clientela já existente dos supermercados que funcionavam anteriormente na

localidade, mas oferecendo um serviço de melhor qualidade. Os locais foram reformados e passaram a oferecer serviços com novas características. Posteriormente, no ano de 2012, uma terceira loja foi comprada, novamente de um supermercado que estava encerrando suas atividades.

Cada uma das três lojas que constituem a rede estudada tem aproximadamente 400 m² e oferece aos clientes produtos de hortifrutigranjeiros, possuem departamentos de limpeza e perfumaria, mercearia seca/doce, mercearia seca/salgada, mercearia líquida, açougue e outros serviços. Todas atendem de segunda feira a sábado, das 07 horas as 21 horas e domingo das 07 horas as 14 horas.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para análise da Gestão Ambiental da empresa estudada, foram levados em conta três fatores principais. Primeiro, o atual cenário em que a empresa se encontra quanto a Gestão Ambiental. Segundo, foi analisado o futuro da empresa em relação a implantação ou aprimoramento da Gestão Ambiental. Por último, foi verificada a percepção do empresário em relação ao tema.

4.1 Gestão Ambiental na Organização

O primeiro conjunto de perguntas teve objetivo de analisar a perspectiva da empresa em relação a Gestão Ambiental. As perguntas feitas aos entrevistados estão apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1. Roteiro de entrevistas

A empresa possui alguma certificação ambiental (ex. ISSO 14.000, Selo Verde CNDA, Empresa Amiga do Meio Ambiente, etc.)?
A empresa utiliza serviços de consultoria ambiental, se sim, para qual finalidade?
Quais as áreas/setores da empresa que mais poluem/contaminam o meio ambiente?
De que maneira são resolvidos /minimizados os problemas de contaminação do meio ambiente (de processo, de produto) de rotina?
Existe uma avaliação da gravidade destes problemas?
A empresa já teve algum acidente ambiental? Quais as consequências?
Quais as medidas preventivas adotadas pela empresa?
Quanto custaram essas medidas para empresa?
O que a empresa acha da atual legislação ambiental?
O que a empresa pensa sobre implantar medidas de controle ambiental?
Quais áreas da empresa possuem efetivamente medidas relacionadas com a proteção ambiental?
Qual a destinação e/ou disposição final dos resíduos industriais gerados na empresa?

Fonte das perguntas: (ARAÚJO, 2001; PRANDES, 2014)

Conforme os informantes em relação as perguntas apresentadas no Quadro 1, a empresa não possui alguma certificação ambiental e não utiliza serviços de consultoria ambiental, mas mantém um engenheiro ambiental contratado para resolver os problemas ligados a preservação ambiental. Consideram que a poluição sonora (máquinas de refrigeração) e resíduos sólido (frutas, verduras e carnes) são os principais fatores que poluem/contaminam o meio ambiente.

Para resolver/minimizar os problemas de contaminação do meio ambiente, de rotina atualizam a empresa com equipamentos mais modernos, além de realizar a adequada destinação dos resíduos sólidos. Mas, não existe um método para avaliação desses problemas. Somente o que as autoridades exigem.

A empresa já teve um problema ambiental, que foi a poluição sonora, pois o som da unidade condensadora da câmara fria estava acima do permitido (que é de 50 decibéis).

A empresa toma como medidas preventivas todas as exigidas pela fiscalização ambiental. Entre essas, coleta seletiva diária dos lixos sólidos e orgânicos. Algumas dessas medidas não acarretaram em grandes gastos, mas outras como a ligação da água da empresa no esgoto da rua e o local para destino dos resíduos sólidos, foram de grande custo para empresa, *“mas não impossibilitaram que a empresa continuasse suas atividades”*.

Consideram que a atual legislação ambiental (de 2 anos para até o momento), ficou muito exigente mas, as medidas não são exageradas, sendo corretas e tangíveis.

Acham viável implantar medidas de controle ambiental pois, a prevenção de futuras poluições deve ser iniciada agora, para que no futuro possamos morar em um ambiente adequado.

Todas as áreas da empresa possuem efetivamente medidas relacionadas com a proteção ambiental *“na hora de se desfazer dos resíduos gerados (destino correto para as frutas estregadas, para as carnes vencidas, e das embalagens)”*. Uma empresa contratada pelo supermercado é contratada para dar o correto destino aos resíduos sólidos.

Dessa forma, verificamos que embora a empresa concorde que ações de proteção ambiental sejam importantes, somente são tomadas as medidas exigidas pela lei, ou seja, não ocorrem ações voluntárias de redução do impacto ao meio ambiente causado pelas atividades da organização.

A empresa não possui um departamento específico de Gestão Ambiental, apenas um Engenheiro Ambiental, que foi contratado para adequar a organização as medidas ambientais impostas pelas instituições de vigilância.

A Rede não emprega o Clico PDCA e nenhuma outra metodologia para avaliar as medidas ambientais adotadas. E segundo os respondentes, não tem interesse em obter alguma certificação como a ISO 14.001 e não exige nenhum tipo de certificação dos seus fornecedores.

Outro fato importante que cabe destacar, é o fato de que, o informante reconhece que as atuais medidas ambientais exigidas embora acarretem certo custo, não são dispendiosas a ponto de influenciar a capacidade de lucro da empresa. Dessa maneira, a adequação a legislação vigente não influenciou a geração de lucros.

4.2 Futuro da Gestão Ambiental na Organização

O segundo grupo de perguntas teve como objetivo verificar qual a intensão que a rede de supermercados tinha em aprimorar suas ações em relação a redução de impactos ao meio ambiente. As perguntas feitas aos entrevistados estão apresentadas no Quadro 2.

Quadro 2. Futuro da Gestão Ambiental na Organização

A empresa tem ou planeja implementar um Sistema de Gerenciamento Ambiental?
Há previsões de investimentos na área ambiental para os próximos anos?
O que poderia levar a empresa a investir na área ambiental? (Oportunidades e barreiras)
Acredita que os clientes da loja, tem interesse em consumir em lugares que realizam medidas de preservação ambiental?
Acredita que a empresa poderia se destacar no mercado, criando uma diferenciação do serviços em relação aos concorrentes, se adotasse mais medidas de preservação ambientais, principalmente voluntárias?

Fonte das perguntas: (ARAÚJO, 2001; PRANDES, 2014)

Conforme os informantes, em relação as perguntas apresentadas no Quadro 2, a empresa não planeja implementar um Sistema de Gerenciamento Ambiental, porém contam com “*um Engenheiro Ambiental contratado que trabalha sempre de uma forma preventiva para que as atividades da empresa não afetem o meio ambiente.*”.

A empresa não possui previsões de investimentos na área ambiental para os próximos anos, entretanto acredita que ser uma empresa “verde”, poderia atrair alguns clientes.

Um ponto importante a se destacar é que o entrevistado afirmou acreditar que a grande maioria dos clientes não tem interesse em consumir em lugares que realizam medidas de preservação ambiental “*portanto no momento não se justifica investir para se tornar uma empresa verde*”, pois acredita que isso não traria retorno.

Embora acredite que o custo-benefício ainda não torne a atividade viável, a empresa concorda que poderia se diferenciar no mercado caso adotasse mais medidas de preservação ambiental.

Desse modo, não está nos planos da Rede a criação de um departamento específico para a Gestão Ambiental, pretendendo apenas continuar cumprindo com as exigências legais e realizando investimentos pontuais para a prevenção de acidentes ambientais.

O fato mais importante a se destacar, é que, embora a empresa acredite na importância da preservação do meio ambiente, e que se tornar uma empresa “verde” possa melhorar a imagem da organização para o mercado, acarretando em uma maior satisfação dos clientes, a Rede não pretende realizar investimentos na área de preservação ambiental, pois acredita que a maioria dos clientes ainda não levam em conta esse fator. Dessa forma, para o administrador, o valor gasto seria menor que o retorno, mesmo no longo prazo.

4.3 Percepção do Empresário em Relação a Gestão Ambiental

Por fim, foi feita uma análise sobre a percepção do Proprietário da Empresa com relação as medidas de redução dos impactos ambientais, As perguntas feitas ao proprietário estão apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3. Visão do Proprietário em Relação a Gestão Ambiental

As medidas de proteção ambiental até então adotadas (e as que estão em sendo adotadas), foram tomadas por qual motivo?
Na sua concepção as medidas de preservação ambientais são?
Na sua percepção a adoção de práticas verdes ou ambientais: Melhora a imagem da empresa? Aumenta o retorno dos investimentos, através das oportunidades de marketing? Aumenta a exigência dos clientes em relação ao desempenho ambiental? Aumenta a retenção de funcionários? Aumenta a participação em mercados que preferem empresas com perfil verde?

Fonte das perguntas: (ARAÚJO, 2001; PRANDES, 2014)

Conforme o proprietário, em relação as perguntas apresentadas no Quadro 3, das medidas de proteção ambiental até então utilizadas, algumas foram adotadas por pressão das autoridades e outras com objetivo de melhorar os serviços oferecidos pela empresa.

Na visão do proprietário as medidas de preservação ambiental são *“um custo adicional para a empresa, mas necessário para a sociedade”*.

De acordo com a percepção do proprietário, a adoção de práticas verdes ou ambientais melhoram a imagem da empresa, aumentam o retorno dos investimentos (mas não o total investido), não aumentam a exigência dos clientes em relação ao desempenho ambiental, não aumentam a retenção de funcionários e não aumentam a participação em mercados que preferem empresas com perfil verde.

Assim, foi destacado pelo proprietário que o objetivo da Rede é puramente *“capitalista”*, as medidas são tomadas somente por exigência das autoridades, ou para melhorar o serviço oferecido, unicamente com objetivo de reduzir custo e/ou oferecer melhor qualidade no serviço para os clientes.

Portanto, embora acredite que as medidas de prevenção ambiental sejam necessárias para sociedade, o proprietário não vê no atual cenário que a empresa está inserida, um retorno que compense o investimento, isso se deve ao fato dos clientes ainda estarem mais interessados no preço dos produtos, e não estariam dispostos a pagar mais por um serviço que causa menor impacto ambiental. Quando questionado se acredita que a empresa poderia se destacar no mercado sendo uma Rede de Supermercados Verde, a resposta do proprietário foi a seguinte:

“Isso ocorre no Canadá, Estados Unidos, nesses países desenvolvidos, em Campo Grande ainda não existe essa conscientização por parte dos consumidores.”

5. CONCLUSÕES

O estudo de caso mostrou que, embora o porte da Rede de Supermercados seja relativamente grande se comparada aos concorrentes, a cultura organizacional ainda é semelhante ao que Ferreira (2012) afirmava preponderar na década de 1980, ou seja, as medidas de redução dos impactos ambientais, ainda são tomadas somente pela pressão dos *stakeholders*. A Rede de Supermercados estudada acredita que o investimento para se tornar uma empresa “verde” não traria retornos expressivos, pois os esforços não influenciariam na decisão de compra da maioria dos clientes.

Conclui-se que para que os investimentos em Gestão Ambiental, com objetivo de reduzir os impactos ao meio ambiente causados pelas atividades de diversas empresas aumentarem, sugere-se que:

1ª) As instituições governamentais exijam mais medidas de prevenção ao meio ambiente, mas estas devem ser muito bem elaboradas para que não afetem a capacidade de existência das empresas.

2ª) Sejam estimuladas ações de conscientização dos consumidores, para que passem a dar mais valor aos produtos “verdes”, dando preferência a locais mais sustentáveis. Somente desta forma as empresas vão se sentir motivadas a realizar maiores investimentos em Gestão Ambiental.

REFERÊNCIAS

ABRAS. Disponível em: <<http://www.abras.com.br/>> Acesso em: <01/09/2014>

ARAÚJO, R. M. S. **Análise da Gestão Ambiental em Empresas Agroindustriais de Usinas de Açúcar e Alcool no Mato Grosso do Sul**. 2001. 122 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2001.

AZEVEDO D. P. *et al.* (2014). **Cadeia de produção do cogumelo orgânico**: o estudo de caso da empresa Cogumelos brasileiros. Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade – GeAS, Vol. 3, N. 1. Abr. 2014.

BARBIERI, J. C.; SILVA, D. **Desenvolvimento Sustentável e Educação Ambiental**: Uma Trajetória Comum com Muitos Desafios. RAM, Rev. Adm. Mackenzie (Online), São Paulo, v. 12, n. 3, Jun. 2011.

CONCEIÇÃO A. C. **Supermercados lideram práticas sustentáveis**. Meio & Mensagem Online, São Paulo, Ago. 2012

CORAZZA, R. I. **Gestão Ambiental e Mudanças da Estrutura Organizacional**. ERA, São Paulo, v. 2, n. 2, Dec. 2003.

DE CICCIO, Francesco. **ISO 14000 - a nova norma de gerenciamento e certificação ambiental**. Rev. Administração de Empresas, São Paulo, v.34, n.5, Out. 1994.

FERREIRA M. C. **Gestão Ambiental: Práticas, Condicionantes e Evolução**, RAIMED, Rev. de Administração IMED, v. 2, n. 2, 2012.

GIESTA, L. C. **Organizações Preocupadas com a Gestão Ambiental e de Pessoas e o Reflexo na Promoção de Capital Social: Estudo de Caso em Cooperativas Gaúchas**. 2005. 115 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2005.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 2008. 6 ed. São Paulo: Atlas. 200p.

GUIMARÃES, P. C. V.; DE MAJOROVIC, J.; OLIVEIRA R. G., **Estratégias Empresariais e Instrumentos Econômicos de Gestão Ambiental**, ERA, Rev. de Administração de Empresas, São Paulo, v.35, n. 5, p. 72-82, set.-out., 1995.

JABBOUR C. J. C. *et al.* **Gestão Ambiental e Estrutura Organizacional: Estudo de múltiplos Casos**. REGE, São Paulo, v. 19, n. 3, p. 361-376, jul./set. 2012.

LOPEZ, G. A. M.; BUILES, J. A. J., **Cycle Of Pdca T-Learing Model And its Application on Interactive Digital Tv**. Dyna rev. fac. nac. minas, Medellín, v. 79, n. 173, Jun. 2012.

NAHUZ, Marcio Augusto Rabelo. **O sistema ISO 14000 e a certificação ambiental**, Rev. Administração de Empresas, São Paulo, v.35, n.6, Dez. 1995.

PEREIRA, João Victor Inácio. **Sustentabilidade: diferentes perspectivas, um objetivo comum**. Economia Global e Gestão, Lisboa, v. 14, n. 1, abr. 2009.

PRANDES, G. R. **Percepção dos Executivos do Valor das Práticas Verdes para o Negócio**. 126f. Dissertação. UFRGS. Porto Alegre. 2014

SOUZA R. S. **Evolução e Condicionantes da Gestão Ambiental nas Empresas**, REAd, v. 8, n. 6, nov.-dez., 2002.

TAUCHEN, Joel; BRANDLI, Luciana Londero. **A Gestão Ambiental em Instituições de Ensino Superior: Modelo Para Implantação Em Campus Universitário**. Gestão e Produção, São Carlos, v.13, n.3, Dez. 2006.

TREMARIN, A. **O Sistema de Gestão da Qualidade como Base para a Implantação do Sistema de Gestão Ambiental: O Caso Maxion International Motores S.A.** 2001. 126f. Dissertação. UFRGS. Porto Alegre. 2001.

YIN. R K. **Estudo de Caso: Planejamento e Método**. 2ed. Porto Alegre: Bookman. 2001.