

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RÉGIS MANOEL KUHN

AS PRÁTICAS AMBIENTAIS E SEUS BENEFÍCIOS:
Caso Kuhn Veículos de Salvador do Sul

São Leopoldo
2018

RÉGIS MANOEL KUHN

**AS PRÁTICAS AMBIENTAIS E SEUS BENEFÍCIOS:
Caso Kuhn Veículos de Salvador do Sul**

Projeto de Pesquisa apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Curso de Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Ms. Gilberto Antonio Faggion

São Leopoldo

2018

AGRADECIMENTOS

A graduação é uma trajetória trabalhosa, longa e por muitas vezes cansativa, mas com êxito consegui chegar ao seu final. É claro que não enfrentei o caminho até aqui sozinho, nada disso seria possível sem a ajuda de pessoas especiais, tornando-o mais leve, alegre e me motivando.

Primeiramente e de forma muito especial gostaria de agradecer minha família, meu pai Paulo André e minha mãe Ilse por todo o apoio sempre, por procurar me ajudar de todas as formas possíveis e por tornarem esse sonho possível. Não estaria escrevendo essas palavras sem o seu apoio. Tenho eterna gratidão por nunca duvidarem da minha capacidade e não me deixar desistir dos meus objetivos.

Gostaria de agradecer também a todos os meus amigos e todas as pessoas que de alguma forma me ajudaram, por entenderem os meus sumiços, estarem sempre ao meu lado e “quebrarem os galhos” que apareciam no caminho. Muitas pessoas conheci nesses anos de estudo e levarei todas no lado esquerdo de meu peito.

Não posso esquecer também de agradecer a universidade por disponibilizar diversos recursos que me auxiliaram em todo o caminho da graduação, mas principalmente nessa etapa de conclusão, com cursos, grupos de apoio etc. Quero agradecer ainda ao empenho dos professores aos quais pude conhecer e que tiveram papel importante para a construção do meu aprendizado e crescimento profissional. Em especial quero agradecer ao professor Gilberto Faggion pela excepcional orientação nessa pesquisa, sempre indicando de forma clara os caminhos a seguir e tirando todas minhas dúvidas. Ele, mesmo cheio de compromissos e trabalho disponibilizou seu tempo para transmitir seus conhecimentos e depositar sua confiança em mim. É um professor que inspira seus alunos e com certeza possui posição de destaque, sempre recebendo elogios nas conversas entre os alunos do campus. Sem ele não seria possível estar entregando essa pesquisa com o coração cheio de orgulho.

Por fim gostaria de agradecer às empresas deste estudo por disponibilizarem seu tempo e compartilharem suas experiências de forma tão positiva. O estudo ficou rico em conteúdo e com valor graças aos relatos e ajuda.

Muito obrigado!

RESUMO

A sustentabilidade ambiental e o desenvolvimento sustentável têm ganhado espaço no meio empresarial, fazendo com que as empresas busquem uma postura responsável frente ao meio ambiente. Já é possível encontrar organizações que incorporem práticas ambientais em seus processos, sendo beneficiadas por essas mudanças de maneiras diferentes. No presente trabalho buscou-se através de um estudo de caso de caráter qualitativo na empresa Kuhn Veículos, relacionando a teoria às entrevistas em profundidade na empresa e em duas empresas de áreas similares, análise de documentos e observação participante, responder quais práticas ambientais poderiam ser incorporadas pela Kuhn Veículos e seus possíveis benefícios para a empresa. Todos os dados obtidos foram analisados pelo método de análise de conteúdo. Os autores mais estudados em relação ao tema foram Dias (2009), Donaire (2009) e Nascimento, Lemos e Mello (2008). Antes da incorporação das práticas ambientais a empresa não contava com práticas que estivessem baseadas na responsabilidade ambiental. A partir de influências, como da legislação, incorporou práticas ambientais que atendessem às exigências ao longo do tempo. A Kuhn Veículos e as empresas externas demonstram estar se adaptando à legislação e demais motivações relacionadas à sustentabilidade ambiental e responsabilidade socioambiental, sendo que as externas possuem práticas ambientais que podem inspirar empresas semelhantes. Com a implementação de práticas ambientais, a conscientização ambiental dos colaboradores se mostra uma ferramenta potencial para trazer benefícios à empresa, como o aumento do comprometimento no trabalho. Como resultado observou-se que há no mercado práticas ambientais que podem ser incorporadas pela Kuhn Veículos como forma de melhoria, e trazem benefícios internos, como redução de custos e desperdícios, e externos como conquista de mercado e clientes.

Palavras-chave: Sustentabilidade ambiental. Práticas ambientais. Benefícios das práticas ambientais. Conscientização ambiental. Microempresa do setor automotivo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Elementos essenciais da estratégia de P+L.....	35
Figura 2 – Processo de descarte de resíduos da Kuhn Veículos antes das práticas ambientais.....	54
Figura 3 – Definição de tipologias CONSEMA 288	57

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1 – Exaustor com filtro de ar	59
Fotografia 2 – Tonéis para resíduos contaminados	59
Fotografia 3 – Tonel para resíduos secos	60
Fotografia 4 – Toldos de plástico	61
Fotografia 5 – Placas solares	63
Fotografia 6 – Tonel para escorrimento de óleo.....	64
Fotografia 7 – Tonel para descarte de embalagens de óleo	64
Fotografia 8 – Parte superior da estufa de pintura	65
Fotografia 9 – Parte inferior da estufa de pintura	65
Fotografia 10 – Caixas d'água.....	66
Fotografia 11 – Local para escorrimento de óleo contaminado.....	68
Fotografia 12 – Tonéis para descarte de recipientes de óleo.....	68
Fotografia 13 – Tonel para descarte de papéis e papelões	69
Fotografia 14 – Tonel para descarte de ferros	69
Fotografia 15 – Reservatório de óleo novo	70

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Principais encontros mundiais sobre sustentabilidade e meio ambiente	19
Quadro 2 – Estímulos internos para a gestão ambiental.....	30
Quadro 3 – Estímulos externos para a gestão ambiental.....	31
Quadro 4 – Síntese dos sujeitos da pesquisa	46
Quadro 5 – Categorias de análise.....	49
Quadro 6 – Classificação de empresa segundo tamanho.....	52
Quadro 7 – Benefícios das práticas ambientais	73
Quadro 8 – Sustentabilidade Ambiental e Responsabilidade Socioambiental	77

LISTA DE SIGLAS

CMMAD	COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE E O DESENVOLVIMENTO
CONSEMA	CONSELHO ESTADUAL DO MEIO AMBIENTE
INPE	INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISAS ESPACIAIS
ONU	ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS
P+L	PRODUÇÃO MAIS LIMPA
TNS	THE NATURAL STEP
WWI	WORLD WATCH INSTITUTE

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Definição do Tema e Problema de Pesquisa	11
1.2 Delimitação do Tema	14
1.3 Objetivos	14
1.3.1 Objetivo Geral	14
1.3.2 Objetivos Específicos	14
1.4 Justificativa	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1 A Evolução da Consciência Ambiental	18
2.2 O Relatório Brundtland e o Desenvolvimento Sustentável	21
2.3 A Sustentabilidade	23
2.3.1.Os pilares da sustentabilidade	24
2.4 A Responsabilidade Socioambiental nas Empresas	26
2.5 Gestão Ambiental	28
2.6 As Práticas Ambientais	32
2.6.1 The Natural Step	33
2.6.2 Produção mais Limpa.....	34
2.7 Estímulos Legais para a Adoção de Práticas Ambientais	36
2.8 A Conscientização dos Colaboradores	38
3 METODOLOGIA	41
3.1 Delineamento da Pesquisa	41
3.2 Definição da Unidade-Caso	42
3.3 Técnicas de Coleta de Dados	44
3.4 Técnicas de Análise de Dados	47
3.5 Limitações do Método	50
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	52
4.1 Apresentação da Empresa	52
4.2 Modo de Trabalho da Empresa Antes da Incorporação de Práticas Ambientais	53
4.3 Motivações para a Introdução das Práticas Ambientais já Incorporadas	55
4.4 As Práticas Ambientais da Empresa Kuhn Veículos	58
4.5 As Práticas Ambientais de Empresas Semelhantes	61

4.5.1 Empresa Alfa.....	62
4.5.2 Empresa Beta.....	67
4.6 Os Benefícios das Práticas Ambientais para a Empresa.....	71
4.7 A Sustentabilidade Ambiental e a Responsabilidade Socioambiental	74
4.8 A Conscientização Ambiental e os Colaboradores	77
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
REFERÊNCIAS.....	87
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS INTERNAS.....	94
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTAS EXTERNAS.....	96
APÊNDICE C – TÓPICOS DE OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE	98
ANEXO A – TERMO DE CONFIDENCIALIDADE PARA COLETA DE INFORMAÇÕES DA KUHN VEÍCULOS.....	99
ANEXO B – TERMO DE CONFIDENCIALIDADE PARA COLETA DE INFORMAÇÕES DA ALFA.....	100
ANEXO C – TERMO DE CONFIDENCIALIDADE PARA COLETA DE INFORMAÇÕES DA BETA.....	101

1 INTRODUÇÃO

Muitos empreendedores, sejam eles fundadores de pequenas ou grandes empresas, pensam que a vantagem competitiva, diminuição de custos e aumento de vendas se dá apenas por melhores preços de compra frente aos fornecedores, gestão da qualidade total, satisfação de clientes e melhor estratégia empresarial. É claro que tais características são muito importantes, mas no cenário do mercado no século XXI é imprescindível que elas estejam aliadas a outros diferenciais, dentre eles encontram-se as práticas empresariais voltadas à sustentabilidade. (DONAIRE, 2009; NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008).

A visão de que a sustentabilidade, seja ela ambiental ou social, deve estar presente em todas as organizações é relativamente nova. A sustentabilidade ambiental, particularmente, começou a ganhar maior destaque e preocupação no final do século passado, e hoje é um dos fatores mais debatidos no meio acadêmico e, principalmente, corporativo, tendo em vista que existem normas e regulamentos internacionais, leis federais e municipais com punições severas que podem chegar até à prisão para quem desrespeitá-las. (PEARSON, 2011)

Um mito que rodeia tal cenário, segundo Donaire (2009), devido às experiências empresariais dos anos 70, é que práticas ambientais sustentáveis significam mais gastos econômicos, tempo desperdiçado e maior trabalho, o que por muitas vezes, quando incorporadas desde o início de um processo ou em pequenas atividades durante o processo de forma assertiva, não se concretiza. É claro que uma mudança de cenário e práticas empresariais necessitam de investimentos, mas as mesmas podem gerar resultados positivos em curto ou médio prazo, sejam financeiros, no mercado, no ambiente de trabalho ou na saúde dos colaboradores.

É importante que todos os envolvidos nos processos de mudanças empresarias estejam cientes de suas responsabilidades para que os resultados sejam mais prósperos e visíveis a todos. As mudanças de alguns simples processos nas organizações podem levar os colaboradores a tomarem atitudes de resistência. A conscientização é uma ferramenta que pode ser uma possível aliada para aumentar a participação dos mesmos no dia-a-dia das empresas, aumentar a atratividade e visibilidade no mercado, além de difundir a importância de colaborar para um mundo melhor. (DONAIRE, 2009; JACOBI, 2003).

Por essas razões, o presente trabalho aborda a sustentabilidade ambiental, a importância de sua presença no meio organizacional, as práticas ambientais e a conscientização e percepção dos colaboradores quanto a importância da questão ambiental em uma microempresa do varejo do ramo automobilístico. Com ele pretende-se mostrar que práticas ambientais, além de serem positivas ecologicamente e trazerem uma imagem mais positiva à empresa, podem auxiliar de diversas formas a rotina empresarial, evitar punições governamentais e facilitar funções exercidas pelos colaboradores e sua responsabilidade social e ambiental fora do âmbito empresarial.

1.1 Definição do Tema e Problema de Pesquisa

“As empresas são as responsáveis principais pelo esgotamento e pelas alterações ocorridas nos recursos naturais, de onde obtém os insumos que serão utilizados para obtenção de bens que serão utilizados pelas pessoas”. (DIAS, 2009, p. 44). O uso descontrolado de bens naturais esgotáveis, como a água e combustíveis, e o descarte indevido de materiais utilizados durante os processos produtivos de uma empresa, principalmente contendo produtos químicos, são alguns fatores que normalmente passam despercebidos no dia-a-dia organizacional.

Tal cenário abordado é ainda mais evidenciado quando se refere a pequenas e microempresas. Como muitas delas não tem frequência e volume tão evidentes nas atividades que prejudicam o ambiente e os retornos sobre quaisquer mudanças não serem tão claros em curto prazo, elas geralmente acabam por ignorar a possibilidade de tornar seus processos ambientalmente sustentáveis e esquecem que esse pode ser um fator de maior sucesso e visibilidade no mercado onde atuam. Kinlaw (1997) observa que a medida que as pessoas se tornam informadas do contexto que estão inseridas, mais tendem a ter cuidado para alinhar proteção ambiental e seus interesses particulares, exigindo o mesmo das empresas com as quais lidam.

Tendo isso em vista, a Kuhn Veículos de Salvador do Sul - microempresa, que conta com quatro funcionários com ligação parental, lida com a venda e revenda de carros novos e seminovos e possui oficina mecânica na qual repara e faz o cuidado necessário de seus veículos – viu a necessidade de mudar algumas de suas práticas empresariais.

Por trabalhar diretamente com carros, que hoje são considerados uns dos maiores poluidores ambientais, a empresa decidiu que algumas de suas práticas deveriam se tornar mais corretas no âmbito ambiental, isso porque a lavagem, o polimento, a pintura e outras atividades as quais exerce necessitam o uso direto de alguns tipos de produtos químicos, e ainda a lavagem e outras atividades voltadas a manter os carros limpos geram bastante consumo de água, papel, estopas e outros recursos. Considera-se que tais mudanças poderiam ser um modo de diminuir gastos variáveis da empresa, ser um diferencial de mercado e ainda poderiam se tornar um meio para melhorar as atitudes de seus funcionários, buscando uma melhor qualidade de vida e tornando a empresa mais positiva em aspectos ambientais.

Com todos os esforços e as atitudes voltados à mudança de práticas empresariais, observa-se que é necessário o envolvimento de todos os colaboradores envolvidos nos processos. Um aliado à diminuição de resistências e aversões às mudanças deve ser encontrado para que as mesmas alcancem os resultados esperados. Nesta pesquisa avaliou-se a conscientização ambiental como uma ferramenta para ampliar a visão dos funcionários sobre as questões ambientais e os resultados da conscientização nas suas ações dentro e fora das dependências da empresa.

Pressupõe-se, também, que os clientes da Kuhn Veículos, mesmo sendo porte relativamente pequeno, prezam por ver ações de caráter responsável sendo tomadas e se sentem mais seguros ao adquirir um bem de grande valor, como automóveis. Isso é possível uma vez que se observa a crescente difusão das questões ambientais em todas as mídias sociais e diferentes difusores de opinião, aumentando a consciência ambiental da população.

Para comprovar os benefícios das ações que contemplam um desenvolvimento sustentável às empresas, independentemente de seu setor de atuação e tamanho, é possível encontrar outros estudos que abordam esse tema.

Um estudo de caso realizado em 2017 na Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, sobre a responsabilidade social, a sustentabilidade e as estratégias de empresas do setor moveleiro, junto a duas organizações de forma qualitativa, mostrou que os temas devem fazer parte dos valores das empresas. Mesmo não sendo fatores que façam parte da estratégia essencial dos negócios estudados, eles constituem estratégias complementares. (MELLO; MELLO, 2017).

Com o estudo foi possível analisar que as empresas pesquisadas envolvem seus stakeholders e a comunidade em ações que visam o entendimento da responsabilidade social e da sustentabilidade. Os resultados mostraram que as empresas dão valor aos assuntos estudados e que suas práticas contribuem de forma positiva para melhorar seu desempenho econômico e social. (MELLO; MELLO, 2017).

Um fator importante que fez a empresa Kuhn Veículos mudar sua visão diante da sua forma de trabalho foi a exigência por parte da prefeitura municipal da cidade na qual atua, em forma de lei, que será explanada nos próximos capítulos do presente trabalho, exigindo mudanças nos processos para que as práticas se tornassem de caráter menos agressor ao ambiente e mais conscientes.

É claro que mesmo antes de todas as exigências citadas, a empresa já contava com alguns cuidados voltados ao meio ambiente, como um destino próprio para alguns dos resíduos químicos usados e encaminhamento para a reciclagem, mas tinha plena consciência que a melhorias poderiam ser tomadas.

Algumas das práticas utilizadas pela empresa antes do estudo acabavam gerando custos mais altos do que o necessário, principalmente devido a atividades repetitivas, desperdícios e a própria possibilidade de ser feito diferente. Algumas vezes perdia-se tempo e esforço dos colaboradores para desempenhar algumas atividades que não agregassem real valor ao processo em geral, ou então usavam-se materiais e/ou recursos sem grandes preocupações ambientais, como papel, água e afins, e ainda acontecia o descarte de forma indevida de alguns produtos químicos. Viu-se que uma simples mudança de costumes pode gerar rapidamente impactos positivos.

O assunto abordado nesta pesquisa pode ser complementado estudando as ações de outras organizações que atuam no mesmo ramo ou similar. Hoje no mercado já é possível encontrar, ainda que poucas, microempresas e empresas de pequeno ou médio porte, que trabalham com a venda e revenda de automóveis e que incorporaram algumas práticas de caráter ambiental em seu cotidiano. Nesse sentido, neste estudo de caso, são consultadas duas empresas com atividades que se esperava que poderiam servir como exemplo e serem incorporadas na empresa estudada.

A primeira empresa será abordada como Alfa, devido a opção de não ser identificada com seu nome real. Ela está localizada na cidade gaúcha de

Montenegro e trabalha com a venda e revenda de automóveis novos e seminovos, além de lavagem de automóveis, oficina mecânica e pintura. A empresa foi fundada em 1958 de modo familiar e hoje possui 68 colaboradores, sendo de porte médio.

A segunda será nomeada neste trabalho como Beta, preservando sua real identidade. Ela está localizada no município de São Pedro da Serra, Rio Grande do Sul e conta com 5 colaboradores sendo 3 com ligação familiar. Trabalha com oficina mecânica, desempenhando atividades desde lavagem até conserto de automóveis em geral.

A partir do cenário apresentado criou-se o seguinte problema de pesquisa:

Quais as possíveis práticas ambientais que podem ser incorporadas e quais os seus benefícios para a empresa Kuhn Veículos de Salvador do Sul?

1.2 Delimitação do Tema

Na presente pesquisa serão abordadas especificamente as práticas ambientais que podem ser introduzidas na empresa, não sendo abordadas as questões de certificações e de implementação das ferramentas de gestão ambiental. A pesquisa se realizou na empresa Kuhn Veículos ao longo do ano de 2018.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Analisar as possíveis práticas ambientais que podem ser incorporadas e os seus benefícios para a empresa Kuhn Veículos de Salvador do Sul.

1.3.2 Objetivos Específicos

Para operacionalizar o objetivo geral foram delineados os seguintes objetivos específicos:

- a) descrever a situação e modo de trabalho da empresa antes da incorporação de qualquer prática ambiental;
- b) verificar o que motivou a introdução das práticas ambientais já adotadas na empresa;
- c) descrever as práticas ambientais já adotadas na empresa;

- d) identificar práticas ambientais que duas empresas semelhantes têm adotado e que ainda podem ser incorporadas pela empresa;
- e) descrever a visão de sustentabilidade ambiental e responsabilidade socioambiental na empresa;
- f) verificar a influência da conscientização ambiental nas atitudes dos colaboradores dentro e fora das dependências empresariais;
- g) avaliar os benefícios das práticas ambientais na empresa.

1.4 Justificativa

O problema de estudo abordado neste trabalho mostra-se importante pelos assuntos que contemplam as preocupações ambientais estarem no topo da pauta de discussão que entorna as organizações e o mercado. Hoje os diferenciais competitivos da empresa não surtem o mesmo efeito se não estiverem alinhados e tenham base na sustentabilidade. (DIAS, 2009).

Estudos voltados à sustentabilidade, sendo ela ambiental ou social, podem fazer com que novos trabalhos neste campo sejam criados e gerem uma busca constante por melhorias e inovação. Neste contexto, percebe-se que o despertar das pessoas como coparticipantes da busca de caminhos críticos para as novas realidades de integração com a natureza gera como resultado a necessidade de avanços tanto na área científico-tecnológico, quanto na sociocultural e institucional-organizacional. Quanto mais um assunto é abordado, mais conhece-se sobre o mesmo e mais tende a haver a conscientização. A sustentabilidade, inclusive, só ganhou força graças a perseverança e destreza de pesquisadores e grupos que mostraram sua importância. (GUEVARA et al., 2009).

Por conta de a sustentabilidade ser um tema obrigatório nas grades curriculares da maioria das instituições de ensino superior no país há pouco tempo, não há uma oferta tão expressiva de estudos científicos e teorias sobre o assunto no meio acadêmico e corporativo, aumentando ainda mais a relevância do presente estudo. É claro que hoje já existem cursos específicos para a área de gestão ambiental, os quais são bastante recentes, e que segundo Dias (2009) inserirão no mercado profissionais ambientalmente responsáveis, que poderão levar às empresas as quais trabalham uma perspectiva de desenvolvimento sustentável,

sejam no setor público ou privado, e para isso é necessário que o assunto sustentabilidade seja debatido.

O objetivo desta pesquisa é apresentar à unidade-caso novas práticas que respeitem o meio ambiente e com elas aperfeiçoar as práticas atuais. Percebe-se que é difícil encontrar no mercado empresas que lidam com as mesmas atividades que a empresa estudada e possuem de forma assumida algum tipo de preocupação ambiental, mais ainda quando nos referimos a microempresas. Assume-se que isso é devido à resistência a mudanças, ao mito de que práticas sustentáveis necessitam muito investimento e o fato de seus retornos não serem imediatos. É importante ter a concepção de que no caminho para o crescimento e ganho de parcela de mercado, essa nova forma de atuar no mercado é essencial.

As alternativas de mudanças abordadas neste trabalho podem trazer à empresa estudada a possibilidade de reduzir retrabalho, aumentar sua eficiência, motivar seus colaboradores e possivelmente reduzir gastos desnecessários. Quando uma empresa passa por um processo de mudanças, sendo elas bem estruturadas e pensadas, mesmo que bastante simples, logo vê-se resultados e benefícios, como se espera que aconteça na empresa em questão desta pesquisa.

A interação da empresa com seus atores externos e internos gera como resultado a necessidade da mudança de alguns dos processos empresariais para serem ambientalmente sustentáveis. Maimon (1996) define os principais atores externos como o governo e os respectivos órgãos de controle, as instituições de comércio e indústria, os sindicatos, as instituições de pesquisa e principalmente os clientes da empresa. Como internos, os departamentos de produção, de vendas, de marketing, de finanças, entre outros.

Os atores externos são os que mais exigem que a empresa em estudo altere ou implemente novas formas de exercer algumas de suas atividades. Atualmente o governo possui leis rigorosas, incentivos, e o mercado exige uma postura diferente à vista quando se deu a fundação da empresa estudada. E internamente mostra-se crucial pela melhor saúde dos colaboradores, bem-estar no trabalho e o sentimento de responsabilidade.

As informações coletadas junto à empresa e o estudo são viáveis pela visão da necessidade de mudanças por parte da empresa e o acesso a todos os dados necessários. Ela ainda demonstra grande interesse em implementar as mudanças

de processos trazidas nesse trabalho e incentiva novos estudos para a melhorar continuamente suas atividades.

Esse capítulo apresentou o tema que será abordado neste trabalho, o problema, objetivo geral e específicos da pesquisa, suas delimitações e a justificativa do assunto abordado. Nos capítulos seguintes serão apresentadas a base teórica para a realização do trabalho, a delimitação do método utilizado para a pesquisa e a apresentação dos resultados obtidos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste item o objetivo é apresentar as teorias que embasarão a pesquisa, trazendo informações sobre a origem das preocupações ambientais, conceituando a sustentabilidade e seus pilares, o desenvolvimento sustentável e a responsabilidade socioambiental. Estes conceitos são relacionados com práticas ambientais sustentáveis, as legislações ambientais e a conscientização ambiental.

2.1 A Evolução da Consciência Ambiental

As preocupações com a preservação ambiental se mostram desde os primeiros períodos da história. No Brasil, desde o período colonial, já existiam legislações que tinham como foco os recursos naturais, florestais e pesqueiros. Naquela época, porém, tais leis contavam apenas com aspectos econômicos voltados ao monopólio da Coroa. (CEBDS, 2018).

Ao longo dos anos, influenciadas por fatores como a industrialização e a modernidade, essas preocupações ganharam maior destaque. Agora não apenas por motivos econômicos, mas de responsabilidade ambiental e social mundial. Foi no século XX que as modificações neste contexto se mostraram mais fortes e a maior preocupação em expandir a conscientização socioambiental começou a surgir. Os termos “responsabilidade social” e “desenvolvimento sustentável” evidenciaram a difusão e amplo debate ao entorno deste tema. Hoje, grande parte das ações humanas, seja na vida pessoal ou profissional, devem estar pautadas na preocupação com o meio ambiente. (CEBDS, 2018).

O debate sobre a questão socioambiental não parou de crescer desde o século passado, motivado pela diminuição da disponibilidade de recursos não renováveis e a aceleração dos problemas ambientais. (PEARSON, 2011). Ocorreram, desde então, diversos encontros mundiais com o objetivo de discutir e aperfeiçoar a responsabilidade ambiental e social em seus diversos aspectos.

Os principais encontros que aconteceram até o presente momento são apresentados no Quadro 1, com suas respectivas datas e assuntos críticos tratados. Eles tiveram por intuito discutir questões como a sustentabilidade e o meio ambiente e a responsabilidade socioambiental das nações. Nota-se que a partir de suas

pautas pôde-se construir uma nova visão ao entorno do desenvolvimento econômico, social e principalmente ambiental.

Quadro 1 – Principais encontros mundiais sobre sustentabilidade e meio ambiente

(continua)

Encontro	Data e local	Assuntos abordados
Conferência de Estocolmo	Estocolmo, Suécia em 1972	Primeira conferência mundial a discutir problemas ambientais e a escassez dos recursos. Muitos países sugeriram a redução das atividades industriais como forma de amenizar os efeitos da poluição na atmosfera, porém essa proposta foi amplamente contestada pelos países subdesenvolvidos, que estavam no auge da industrialização naquele momento.
Rio-92 e Eco-92	Rio de Janeiro, Brasil em 1992	Criou a Agenda 21 e a Cúpula da Terra, e introduziu o conceito de desenvolvimento sustentável nas discussões da Organização das Nações Unidas.
Cop-30	Quioto, Japão em 1997.	Estabeleceu o Protocolo de Quioto e as metas para redução de emissão de gases, até 2012, para países desenvolvidos.
Rio +10	Johanesburgo, África do Sul em 2002.	Representou um balanço e uma avaliação das discussões e dos compromissos firmados 10 anos antes, na Rio-92. Além das questões ambientais, discutiu temas sociais, como a adoção de medidas para reduzir a população que vive abaixo da linha de pobreza.
COP-15	Copenhague, Dinamarca em 2009	Representou um fracasso, devido aos países participantes não entrarem em consenso sobre um novo documento que substituiria o Protocolo de Quioto.
COP-17	Durban, África do Sul em 2011	Prorrogou o prazo do Protocolo de Quioto até 2017 e estabeleceu que todos os países participantes teriam metas de redução de gases.
Rio+20	Rio de Janeiro, Brasil em 2012	Maior evento já realizado sobre o meio ambiente. Teve como principal objetivo discutir, renovar e reafirmar compromissos do desenvolvimento sustentável. O encontro foi marcado pela discussão sobre o conceito de economia verde e comprometimento dos países com a adoção de metas de preservação ambiental e erradicação da pobreza a partir de 2015.

(conclusão)

COP-19	Varsóvia, Polônia em 2013.	Prorrogou o prazo do Protocolo de Quioto até 2020 e estabeleceu metas de redução de emissão de gases. O Brasil foi pressionado pelo aumento das taxas de desmatamento na Amazônia e pela exploração do pré-sal.
COP 20	Lima, Peru em 2014.	Teve por objetivo debater o Novo Acordo Climático, visando a redução da emissão dos gases causadores do aquecimento global. Nele foi aprovado o “Rascunho Zero”, o qual contém um equilíbrio nas propostas a serem cumpridas pelos países participantes para conter os efeitos da mudança climática.
Cúpula de Desenvolvimento	Nova York, Estados Unidos da América em 2015.	Encontro no qual todos os países da Organização das Nações Unidas (ONU) definiram os novos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável como parte de uma nova agenda de desenvolvimento sustentável. A Agenda 2030, como ficou conhecida, tem o intuito de finalizar os Objetivos do Milênio e será adotada por todos os líderes mundiais.
COP 23	Bonn, Alemanha em 2017.	Nela foram aprovados diversos elementos para a construção do livro de regras que permitirá a implementação do Acordo de Paris sobre mudanças climáticas. O encontro foi bem-sucedido em evitar o racha entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, mantendo negociações internacionais. Por outro lado, os debates passaram longe de pontos importantes como a redução de poluentes para a limitar o aquecimento global, deixando diversos assuntos pendentes.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em Fundação Bradesco (2014) e ONU no Brasil (2017).

Os eventos e encontros apresentados no Quadro 1 mostraram que a questão ambiental passou de ações isoladas e localizadas, para se tornarem uma inquietação de toda a humanidade e um condicionante para o fortalecimento de uma nova visão de desenvolvimento, revelando que a preocupação com a qualidade de vida dos seres humanos é um fator que anda em conjunto com o progresso, tornando o desenvolvimento sustentável um pilar para esta perspectiva. (NASCIMENTO, 2012).

2.2 O Relatório Brundtland e o Desenvolvimento Sustentável

Por muito tempo o termo “desenvolvimento” remeteu a aspectos voltados para o lado econômico, sendo sinônimo, apenas, de produtividade, modernização, inovação etc., porém, viu-se que essa concepção se mostrava falha, uma vez que nem todo avanço em produtividade gera desenvolvimento. É possível observar isso em exemplos como o da produção de alimentos em maior escala: não significa que pessoas em índices de subnutrição serão atendidas completamente. (SOUZA, 1997). Viu-se então a necessidade de sua ampliação, abordando também, aspectos ambientais.

Com o objetivo de examinar as relações entre meio ambiente e desenvolvimento e apresentar propostas para conciliar interesses econômicos e ambientais, em 1983 a Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU) criou a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CMMAD), presidida pela primeira-ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland. (DIAS, 2009). Quatro anos após seu nascimento, a comissão já dava seus primeiros frutos. Foi produzido um relatório conhecido como “Nosso Futuro Comum” ou simplesmente “Relatório Brundtland”, o qual trazia e conceituava a expressão “desenvolvimento sustentável”. (PEARSON, 2011).

A partir da publicação da obra, viu-se pela primeira vez em meados do século XX o Planeta a partir do espaço. O que se viu foi uma bola pequena e frágil, dominada por nuvens, oceanos e vegetações, e não pela ação humana. O fato de a humanidade não agir conforme essa ordenação está alterando os sistemas do planeta Terra, trazendo ameaças à vida. (DONAIRE, 2009). Essa concepção fica bastante clara ao analisar que, segundo o Worldwatch Institute¹ (WWI, 2002), a população levou milhares de anos para que em meados de 1930 atingisse a marca de 2 bilhões de habitantes, e cerca de apenas 40 anos depois atingir o dobro desse número. A quantidade de recursos disponíveis no planeta não cresceu neste mesmo ritmo, evidenciando a necessidade do desenvolvimento sustentável.

¹ O Worldwatch Institute - WWI, com sede em Washington, tem por objetivo uma sociedade ambientalmente sustentável, aliando a satisfação das necessidades humanas e a preservação da natureza. Pesquisas interdisciplinares e apolíticas são feitas para que o objetivo seja alcançado, montando cenários sobre questões importantes e publicando seus resultados em editais em diversos idiomas.

O relatório Brundtland não é uma previsão de decadência e dificuldades ambientais muito grandes em um mundo cada vez com menos recursos, mas uma possibilidade de uma nova era de crescimento econômico, mantendo a boa relação com os recursos naturais, assim definindo um desenvolvimento sustentável. (DONAIRE, 2009).

O termo “desenvolvimento sustentável”, segundo Rabelo (2008), apareceu após diversas reflexões sobre a sociedade e os estudos científicos que mostravam um possível colapso ambiental, apresentados em diversos encontros internacionais a partir dos anos 70. Dias (2009, p. 30) alega que “[...] o conceito normativo básico de desenvolvimento sustentável emergiu na Conferência de Estocolmo de 1972, e foi designada à época como ‘abordagem do ecodesenvolvimento’”. Foi a partir do relatório Brundtland que os conceitos conhecidos até hoje para desenvolvimento sustentável se concretizaram.

A obra traz com os conceitos de desenvolvimento sustentável uma nova forma de desenvolver as atividades econômicas sem prejudicar o atendimento das necessidades das gerações futuras, como explica Barbieri (2007, p. 37):

O desenvolvimento sustentável resultaria, portanto, de um pacto duplo, um pacto integracional, que se traduz na preocupação constante com o gerenciamento e a preservação dos recursos para as gerações futuras, e um pacto integracional que se expressa nas preocupações quanto ao atendimento às necessidades básicas de todos os humanos.

Essa visão ainda é reforçada por Dias (2009, p. 31), afirmando que desenvolvimento sustentável possui dois conceitos-chave,

[...] primeiro, o conceito de “necessidades”, particularmente aquelas que são essenciais à sobrevivência dos pobres e que devem ser prioridade na agenda de todos os países; segundo, o de que o estágio atingido pela tecnologia e pela organização social impõe limitações ao meio ambiente, que o impedem consequentemente de atender às necessidades presentes e futuras.

O desenvolvimento sustentável, como afirma Jacobi (2003, p. 194) “[...] não só reforça as necessárias relações entre economia, tecnologia, sociedade e política, como chama a atenção para a necessidade do reforço de uma nova postura ética em relação à preservação do meio ambiente”. Essa nova postura se caracteriza como um desafio tanto para as gerações, através do tempo, quando para cada indivíduo com suas ações isoladas na sua atualidade.

A emergência do conceito desse novo modelo de desenvolvimento, segundo Bogo (2012), é fruto de diversas mudanças nos ambientes político, econômico, social e ambiental ao longo do final do século XX e início do século XXI. Essas alterações contribuem para a satisfação dos objetivos da CMMAD e a reformulação do que se entende por desenvolvimento.

Apesar do termo desenvolvimento sustentável ser bem esclarecido e poder ser encontrado em diversos meios de pesquisa, além do número expressivo de encontros e esforços para um caminho mais sustentável para o planeta, ainda é visto um entendimento superficial do assunto e poucos esforços para pô-lo em prática, principalmente no âmbito organizacional. Jacobi (2003) coloca que em um contexto marcado pela degradação do meio ambiente e seu ecossistema, a educação sobre a sustentabilidade, principalmente ambiental se mostra de extrema importância. Leff (2001) observa que sem uma mudança radical na forma de conhecimento, de valores e comportamentos das pessoas, fundada na visão apenas econômica de desenvolvimento, é impossível reverter os crescentes e complexos problemas ambientais.

Para conhecer e aperfeiçoar os conhecimentos sobre um desenvolvimento responsável em aspectos não só econômicos, mas também socioambientais, é de extrema importância que se entenda a sustentabilidade e os três fatores que a formam: econômico, social e ambiental.

2.3 A Sustentabilidade

A sustentabilidade possui um conceito bastante amplo e cheio de variações de acordo com os interesses e posicionamentos de quem a usa, além de ser bastante recente e por isso sujeito a dilemas quanto a seu uso e significado. (RUSCHEINSKY, 2004). De acordo com Wood (1991 apud BARBIERI, 2011), houve uma evolução na postura e compreensão das empresas acerca da sustentabilidade, ao mesmo tempo em que os novos conceitos de desenvolvimento surgiram e foram ganhando destaque.

A sustentabilidade, afirma Kohn (2015), é um atributo do ambiente que consiste em sua capacidade e na de seus ecossistemas componentes, de manter e desenvolver as relações ambientais entre seus fatores constituintes (ar, água, solo,

flora, fauna e homem). Muitos especialistas utilizam a expressão “sustentabilidade ambiental”, do inglês *environmental sustainability*.

Na verdade, a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável seguem suas definições de forma muito semelhante. Naves e Recine (2014) colocam que o termo “sustentabilidade” também teve seus delineamentos iniciais na Conferência de Estocolmo, em 1972, assumindo o princípio de uso dos recursos naturais para satisfazer as necessidades do presente, sem comprometer a satisfação das necessidades das gerações futuras. Hoje as evidências dos efeitos provocados pelo modelo econômico utilizado se mostram de forma clara no meio ambiente e ecossistemas e demonstram a necessidade de um desenvolvimento fortemente pautado na sustentabilidade.

A prática da sustentabilidade, é um investimento e gera custos à empresa, visto que é preciso adequá-la para que não cause danos ambientais. É extremamente importante criar ações internas de conscientização para envolver toda a equipe na nova visão, que pode trazer resultados em médio ou longo prazo. A sustentabilidade deve ser encarada como uma nova estratégia empresarial, trazendo uma nova mentalidade à empresa, que busque melhores resultados sociais e ambientais. Para que possa ser entendida por completo é imprescindível que os fatores que a sustentam sejam compreendidos, separadamente. (BENITES; POLO, 2013).

É crucial ao entendimento completo da sustentabilidade e sua incorporação em qualquer meio, que se aborde seus principais pilares: econômico, social e ambiental.

2.3.1. Os pilares da sustentabilidade

A sustentabilidade, segundo Dias (2009) segue sua fundamentação e é suportada por três pilares, são eles:

- Pilar econômico;
- Pilar social;
- Pilar ambiental.

Aspectos como melhor distribuição de riquezas, diferença de postura de consciência e responsabilidade, diminuição da pobreza, respeito à diversidade, garantia de educação de qualidade para todos, estão diretamente ligados aos

fatores de desenvolvimento econômico e social. (DIAS, 2009; REIS; MEDEIROS, 2007).

No ambiente empresarial, o ponto de vista econômico remete à ideia de que as organizações devem ser economicamente viáveis e seu papel deve ser cumprido dando retorno ao investimento realizado pelo capital privado. O ponto de vista social, por sua vez, descreve que as empresas devem proporcionar condições de trabalho aos empregados, contemplando a diversidade cultural e inclusão das minorias, além de os gestores terem o papel de participar ativamente nas atividades socioculturais da comunidade onde a empresa está inserida. A sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável nas empresas, devem trazer um cenário de desenvolvimento socialmente incluyente, e economicamente sustentado. (DIAS, 2009; SACHS, 2004).

O pilar ambiental traz, principalmente, a preocupação referente às ações humanas em todos os aspectos que levem à degradação do planeta, esgotamento de combustíveis não renováveis e ao colapso do ecossistema. São exemplos desse pilar o desmatamento, a extinção de espécies animais, poluição da água e ar, a emissão de gases poluentes. (DIAS, 2009)

As empresas se inserem nas preocupações ambientais com a importância de incorporar aspectos ecoeficientes em seus processos produtivos, como a utilização de energias limpas, o descarte apropriado de resíduos, oferecer condições de desenvolvimento de uma cultura ambiental na organização, além de participar ativamente de atividades governamentais que dizem respeito ao meio ambiente. Isso quer dizer que as empresas devem criar um modelo de desenvolvimento ambientalmente sustentável. (DIAS, 2009, SACHS, 2004).

Com um mercado cada vez mais competitivo, a necessidade de investimentos em inovação sustentável, baseado nos pilares da sustentabilidade, se tornam um ponto crucial que pode trazer uma série de vantagens às empresas, como afirma Amato Neto (2015, p. 7): “A sustentabilidade abre novos nichos de mercado, impõe novos padrões de conduta, uma nova ética empresarial e novas modalidades de produção, trabalho e gestão”. Dentre os benefícios das novas práticas das empresas, voltadas à sustentabilidade, estão a elevação da sua reputação, desenvolvimento de novas tecnologias que diminuem o risco econômico e o estímulo da inovação.

Uma visão de planejamento e de operação das ações, contemplando o curto, médio e longo prazo deve ser estabelecido no meio organizacional para a construção da sustentabilidade, para tanto é necessário que a empresa garanta uma produção e ações melhores, com menos matéria-prima e recursos naturais, além da redução de atividades que agridam o meio ambiente, visto que toda empresa está inserida em um ambiente social no qual exerce e recebe influência. (DEMAJOROVIC, 2006).

Essa mudança de paradigma traz, portanto, a necessidade de as ações empresariais estarem pautadas na responsabilidade socioambiental, para transformar o meio organizacional em um ambiente mais voltado à sustentabilidade.

2.4 A Responsabilidade Socioambiental nas Empresas

A responsabilidade social empresarial compreende o comprometimento permanente das empresas em adotar um comportamento ético através de ações feitas de forma voluntária, que contribua para o seu desenvolvimento financeiro e econômico e que promova a melhoria nas condições ambientais, além de melhorar a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo. (BARBIERI, 2007).

De acordo com Albuquerque et al. (2009), a responsabilidade social passou a ser um tema importante no ambiente de negócios a partir do final dos anos 80. Desde então as organizações procuram uma postura que beneficie a sociedade e o meio ambiente, agindo de forma responsável e consciente, que em linhas gerais é a maneira como a responsabilidade social pode ser definida.

A responsabilidade social corporativa surge como uma direção às empresas, mostrando a importância de suas atividades na promoção da qualidade de vida das comunidades. Ela deve estar ativa e integrada aos objetivos estratégicos da empresa, pois como afirmam Nascimento, Lemos e Mello (2008, p. 17), “[...] iniciativas ligadas à prática de voluntariado, gestão ambiental, marketing verde, respeito aos empregados, fornecedores e clientes, dentre outras práticas, indicam uma tendência em direção à cidadania corporativa”.

É importante notar, segundo Drucker (1997) que responsabilidade social está diretamente ligada à posição que a empresa toma frente ao seu papel no mercado, como seus objetivos sociais e metas de desempenho. Aliado a isso, Alledi Filho e

Marques (2012), colocam que o tipo de negócio e o local onde está inserido, como o país, também gera influencia na responsabilidade social de uma empresa.

A importância de uma visão ampla da responsabilidade social é trazida por Melo Neto e Froes (2001) quando afirmam que

[...] apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente não são suficientes para atribuir a uma empresa a condição de socialmente responsável. É necessário investir no bem-estar dos seus funcionários e dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicações transparentes, dar retorno aos acionistas, assegurar sinergia com seus parceiros e garantir satisfação de seus clientes e/ou consumidores.

Quando a responsabilidade social toma forma consistente e é pensada de forma inteligente pela empresa, ela gera impactos relevantes na competitividade, sustentabilidade e desempenho, isso porque a empresa assume uma posição de visibilidade no mercado, tornando-se conhecida por suas práticas ou produtos diferenciados, assim, clientes, fornecedores, colaboradores, governo etc. se tornam parceiros e orgulham-se dos empreendimentos da empresa. (DEMAJOROVIC, 2006). Em contrapartida, para Borger (2006), uma empresa que não demonstra interesse qualquer em envolver-se com a busca pela solução dos problemas da sociedade, perde o respeito dos seus clientes, dos parceiros e todos os cidadãos que suas ações atingem. Dessa forma é possível considerar a responsabilidade social, também, um fator de mudança cultural empresarial.

Vê-se, porém, a necessidade da ampliação deste conceito, incluindo ainda aspectos ambientais. Nascimento, Lemos e Mello (2008) definem que

Responsabilidade social [socioambiental] corporativa é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, [a qualidade ambiental] e a qualidade de vida de seus empregados, de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

A responsabilidade socioambiental, segundo Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009), está relacionada ao bem-estar do planeta, que impacta diretamente no bem-estar dos seres humanos. Ela é um conjunto de práticas sociais aliadas às práticas ambientais, feitas de forma individual ou grupal voluntária, para melhorar a qualidade de vida das comunidades. Entre as práticas de aspecto socioambiental mais adotadas pelas empresas estão o apoio à projetos sociais, a reutilização de

resíduos, o descarte próprio, a reutilização de recursos naturais e outras ações que viabilizam e incentivam um desenvolvimento sustentável, com menos danos ao meio ambiente.

A educação dos gestores, segundo Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009), é um dos principais desafios para a gestão socioambiental. Essa forma de gestão tem o importante papel de educar para elevar o nível de vida dos influenciados, elevar o sentido de responsabilidade social e ambiental, respeitar as questões éticas tanto interna como externamente nas empresas, aceitar e tolerar as diferenças e enfrentar as dificuldades frente ao desenvolvimento, engajando-se em atividades que possibilitem o desenvolvimento sustentável.

O maior desafio dos gestores é preparar profissionais para dar respostas às necessidades socioeconômicas crescentes da sociedade, visando as mudanças que ocorrem cada vez mais rápido no atual cenário onde as empresas estão inseridas. (ALIGLERI; ALIGLERI e KRUGLIANSKAS, 2009). Uma empresa que se envolve com o desenvolvimento da comunidade onde atua e gera boa condição de vida aos colaboradores, pode ver retornos de suas ações diretamente na sua própria qualidade e desenvolvimento. O contrário quando uma empresa empobrece seu entorno, percebendo as consequências em seus próprios resultados e atuação. (SILVEIRA, 2010).

Nas empresas, de forma geral, a responsabilidade socioambiental leva à sustentabilidade organizacional, e define o negócio como sendo de gestão proativa, que responde pelos impactos de suas atividades ao meio ambiente, agindo de forma contínua para diminuí-los. (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009).

A sustentabilidade organizacional vai a caminho de um novo modelo de gestão pautado nas dimensões ambientais e sociais, levando em conta a relação da organização com os fatores socioambientais que a cercam. Esse modelo, chamado de gestão ambiental, se opõe à tradicional forma de gestão que ignorava fatores sociais e ambientais e focava somente nos ganhos econômicos. (CELLA DE OLIVEIRA; TAKAHASHI, 2014).

2.5 Gestão Ambiental

A gestão empresarial, de acordo com Andrade, Tachizawa e Carvalho (2002), recebeu influências para suas mudanças a partir de três principais fatores, sob o

ponto de vista histórico: o fator ambiental, o desenvolvimento da tecnologia da informação e a expansão da economia de mercado.

Foi na promulgação da “Carta de Roterdã”, em 1991, que a gestão ambiental foi destacada como uma das 16 prioridades que as empresas deveriam adotar para favorecer um desenvolvimento sustentável. Essa carta foi elaborada pela Câmara Internacional do Comércio e define os “princípios do desenvolvimento sustentável”. Em seu conteúdo, emergem conceitos como a ecoeficiência, que visa reduzir ao máximo o consumo de recursos não-renováveis e aumentar a eficiência empresarial. (ANDRADE, TACHIZAWA e CARVALHO, 2002).

A gestão ambiental, segundo Tinoco e Kraemer (2008, p.114), “[...] é a forma pela qual a organização se mobiliza, interna e externamente, para conquistar a qualidade ambiental desejada. Ela consiste em um conjunto de medidas que visam ter controle sobre o impacto ambiental de uma atividade”. Pearson (2011) complementa que a gestão ambiental não deve ficar isolada em apenas um setor ou parte da empresa, mas deve surgir como uma preocupação de toda a organização.

A gestão ambiental é um importante instrumento gerencial para capacitar e possibilitar a competitividade de uma empresa em qualquer segmento econômico. Ela pode ser considerada uma resposta das organizações frente à clientes, fornecedores e todos os envolvidos no processo produtivo estarem cada vez mais exigentes. Quanto antes o meio ambiente for incorporado como um desafio e, principalmente, uma oportunidade, maiores serão as chances de uma empresa se manter competitiva no mercado. (BARBIERI, 2007).

Como principais benefícios da gestão ambiental estão a economia de custos, pela redução do consumo de água, energia e insumos, o incremento de receitas, pela maior representatividade no mercado, a melhora na imagem da empresa, o maior comprometimento dos colaboradores, melhoria nas relações com os órgãos governamentais, entre outros. (DONAIRE, 2009).

As empresas recebem estímulos para adotar uma forma de gestão pautada em práticas sustentáveis. Esses estímulos podem ser internos ou externos. Os internos são apresentados no quadro 2, descrevendo suas características principais, e os externos são apresentados no quadro 3, de mesmo modo.

Quadro 2 – Estímulos internos para a gestão ambiental

Estímulo	Descrição
Redução de custos	A utilização mais eficiente de energia, água, luz e materiais diversos possibilitam diminuir custos, além de reduzir desperdícios e a produção de resíduos, o que implica em custos de manejo desses dejetos.
Melhoria de qualidade do produto	Com o alto nível de qualidade ambiental, é possível melhorar aspectos do produto como confiabilidade, durabilidade, funcionalidade e manutenção.
Melhoria da imagem do produto e da empresa	Uma empresa reconhecida por boas práticas ambientais, com produtos que seguem essa linha, possui uma imagem positiva no mercado, ainda mais se houver a associação com normas que agreguem um selo de qualidade ambiental ao produto.
Necessidade de inovação	A inovação em algum aspecto do produto ou do processo produtivo, pode trazer diversos benefícios à empresa, como a diferenciação de mercado ou maior competitividade. A inovação deve estar ligada às técnicas de gestão voltadas ao meio ambiente para que tais vantagens sejam alcançadas.
Aumento da responsabilidade social	Consiste no entendimento do papel das empresas junto às comunidades e sua responsabilidade sobre qualquer tipo de contaminação ambiental. A população das comunidades é afetada de diversos modos pelas ações empresariais e se encontram mais maduras frente ao aumento da conscientização ambiental. O nível de responsabilidade social toma aspectos como a diversidade, as necessidades das gerações futuras e os efeitos dos processos produtivos na comunidade local.
Sensibilização do pessoal interno	A sensibilização que ocorre internamente em uma empresa não atinge somente a gerência, mas também o pessoal interno das empresas. Isso ocorre principalmente através da mídia e por influência entre as pessoas, sejam elas familiares, amigos ou até colegas de trabalho. Essas influências no corpo de trabalho os torna mais exigentes e faz com que os dirigentes se sintam influenciados, da mesma forma, a adotar medidas corretivas e proativas relacionadas ao meio ambiente tanto dentro quanto fora da empresa.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em Dias (2009).

Quadro 3 – Estímulos externos para a gestão ambiental

Estímulo	Descrição
Demanda do mercado	Clientes e consumidores finais se mostram cada vez mais exigentes em relação a responsabilidade ambiental, obrigando as empresas a melhorarem seus processos e aprimorarem seus produtos.
Concorrência	A gestão ambiental também pode ser motivada pela concorrência. O meio ambiente pode se tornar uma grande ferramenta competitiva e de formação de imagem da empresa, aumentando o posicionamento em relação aos concorrentes no mercado.
Poder público e legislação ambiental	O controle exercido pelo governo sobre as questões ambientais aumenta gradativamente, o que obriga as empresas a acompanharem as mudanças nas legislações atuais e preverem as futuras. As legislações ambientais são um fator considerado um dos mais importantes e que as empresas dão maior destaque para incorporar ações ambientais.
O meio sociocultural	A sociedade e os clientes são fatores de maior pressão às mudanças exercida pelo meio social, não só à empresa, mas também aos seus colaboradores, principalmente sobre as responsabilidades que a empresa assume frente ao meio ambiente. A cultura de qualidade de vida trazida em harmonia com a natureza só cresce, e em muitas regiões a população se relaciona de forma forte com a natureza, estando atentos a propagandas enganosas e a falsa responsabilidade ambiental das empresas.
Certificações ambientais	As certificações ambientais, que se evidenciam em forma de selos de qualidade, vêm se tornando um estímulo forte à incorporação de práticas ambientais. Os selos ecológicos identificam que um produto cumpriu padrões ambientais previamente estabelecidos durante seu processo produtivo.
Fornecedores	Os fornecedores influenciam as empresas de diversos modos, como na introdução de novos materiais e processos que contribuem para a diminuição de ameaças ambientais. Eles podem se mostrar aliados às empresas na inovação de produtos e atualização tecnológica.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em Dias (2009).

A gestão ambiental, conforme Dias (2009) e Pearson (2011), quando entendida e mesmo que não contemplada de forma geral nas empresas, traz a

busca por um novo paradigma de produção ou prestação de serviços, buscando práticas que respeitem o meio ambiente e a comunidade, além de favorecer a empresa em suas atividades interna e externamente.

2.6 As Práticas Ambientais

O foco trazido nos anos 60 ao crescimento econômico trouxe consigo debates sobre o uso irrestrito de recursos naturais e o aumento da poluição, botando em evidencia, com isso, a importância do cuidado com as questões ambientais. (DYLLICK; HOCKERTS, 2002; WACKERNAGEL et al., 1999). Assim também nos anos 80, a contaminação da água e do ar, a perda da biodiversidade, o desmatamento, o aumento do nível da água dos oceanos, as mudanças nos ciclos de chuvas, aumentaram as preocupações frente aos impactos das operações industriais. (HOANG, 2014).

Muito se fala sobre as problemáticas ambientais, mas poucas atitudes são tomadas. “Pelo fato de serem recentes, muitas das degradações do meio ambiente são derivadas da ação do homem, mas não são assumidas como de sua responsabilidade”. (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008, p. 183).

As empresas, vistas nesse cenário por muito tempo como as vilãs do problema ambiental, aos poucos estão conseguindo responder aos questionamentos da sociedade quanto à sua forma de trabalho. A mudança da visão das organizações perante suas ações é a chave para que melhorias ocorram. Amato Neto (2015, p. 7) destaca que

Precisamos de um novo paradigma de produção-consumo-descarte. Precisamos fundar uma nova maneira de fazer negócios. As soluções surgirão de cada um, conforme seu contexto de atuação. De qualquer modo, é preciso estar munido de novas e boas ideias.

A alternativa que surge é a adoção de práticas ambientais em seus processos, racionalizando desperdícios, reaproveitando recursos, limitando ou reduzindo impactos de suas atividades no ambiente natural. (VACHON; KLASSEN, 2007). Isso é confirmado por Dias (2009), quando coloca que as empresas que não possuem, ainda, processos que incorporem aspectos da sustentabilidade, a busca pelo apoio à projetos de sustentabilidade ou de educação ambiental, ou ainda a parceria com instituições que tenham por objetivo o desenvolvimento sustentável,

devem rever essas mudanças como sendo um grande avanço, e por isso, reavaliar suas estratégias e produção.

A questão ambiental, quando levantada nas empresas, traz consigo os questionamentos sobre maiores despesas, tendo que qualquer mudança voltada a diferentes práticas gera custos adicionais. Porém, como explica Donaire (2009), muitas empresas já conseguiram mostrar que é possível obter lucros e proteger o meio ambiente ao mesmo tempo, mesmo não estando inseridas ao total neste mercado. A criatividade e a vontade de todos em mudar processos empresariais de forma colaborativa podem transformar as ameaças e restrições em oportunidades e vantagem competitiva.

Mesmo que muitas organizações ainda não incorporem ações ambientalmente responsáveis em seus processos, seja pelos gastos ou por falta de incentivos, as que o fazem se tornam referência no seu setor de atuação, servindo como modelo de boas práticas para outras empresas e alcançando mais rápido o destaque frente ao mercado. (DIAS, 2009). Dentre as práticas que podem ser adotadas, estão a reciclagem de materiais, o reaproveitamento de resíduos internos ou sua venda a terceiros. (DONAIRE, 2009).

Diferentes metodologias de apoio a sustentabilidade empresarial podem ser usadas para embasar a mudança nas atividades de uma empresa. Dentre elas podem-se destacar a The Natural Step (TNS) e a Produção mais Limpa (P+L).

2.6.1 The Natural Step

A The Natural Step, de acordo com Nascimento, Lemos e Mello (2008, p. 189), é uma “[...] organização independente que apresenta uma metodologia para atingir a sustentabilidade empresarial”. Bradbury e Clair (1999, p. 64, tradução nossa)² reforçam essa colocação quando explicam que,

Fundada em 1989 em Estocolmo, a The Natural Step é uma organização de educação ambiental sem fins lucrativos que apresenta diretrizes científicas

² “Founded in 1989 in Stockholm, The Natural Step is a not-for-profit environmental education organization that presents scientific guidelines for sustainability that can be understood by non-scientists. The Natural Step uses collaborative rather than adversarial methods to achieve benefits for businesses and the environment”. BRADBURY, Hilary; CLAIR, Judith A. Promoting sustainable organizations with Sweden’s Natural Step. **Academy of Management Executive**, v. 13, n. 4, p. 63-74, 1999.

para a sustentabilidade que podem ser entendidas por não-cientistas. A The Natural Step usa métodos colaborativos ao invés de competitivos para obter benefícios para empresas e meio ambiente.

Sua metodologia, de acordo com Nascimento, Lemos e Mello (2008), parte, por início, da compreensão da direção, colaboradores e stakeholders sobre o conceito de sustentabilidade de forma alinhada. O segundo passo trata-se do ambiente, analisando os impactos dos produtos ou ações desenvolvidas sobre o meio ambiente e a sociedade.

Feita a análise geral, crie-se uma visão ou plano estratégico envolvendo todos os participantes dos processos ou interessados, pensando no longo prazo. Por fim, trabalha-se a implementação através de projetos ou ações que podem trazer benefícios de curto prazo, mesmo sendo pensados ao longo prazo. (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008).

A TNS deve ser trabalhada na empresa de forma incremental, buscando novas soluções, sem predeterminações, isso porque, ao contrário de muitas metodologias, ela trabalha com os níveis estratégicos empresariais, mas não utiliza indicadores. Essa liberdade, apesar de possibilitar a concentração da empresa em diferentes esforços, deve merecer atenção especial dos líderes da organização, para que não haja dificuldades na escolha das melhores práticas e para que as mesmas não conduzam à maiores gastos ao longo de sua implementação e manutenção. (BRADBURY; CLAIR, 1999; NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008).

2.6.2 Produção mais Limpa

A Produção mais Limpa, como afirmam Nascimento, Lemos e Mello (2008), surgiu por conta do evento Rio 92, com o objetivo de minimizar ou eliminar o desperdício de matérias-primas e energia, que são as características comuns da produção atual em todos os setores produtivos e normalmente ocorrem pela geração de rejeitos.

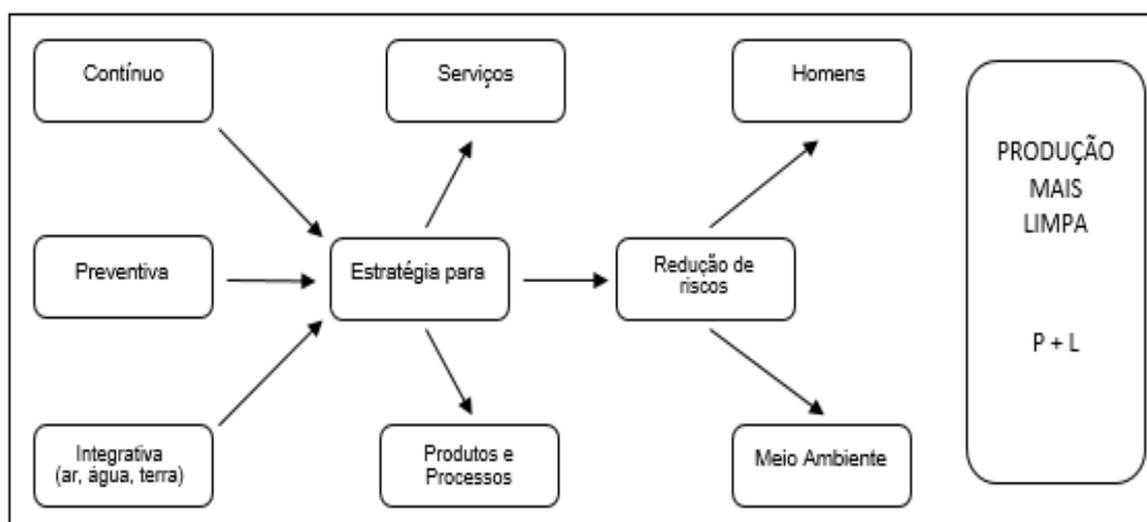
Ela, por sua vez, consiste na “[...] aplicação contínua de uma estratégia ambiental preventiva e integrada nos processos produtivos, nos produtos e nos serviços para reduzir os riscos relevantes aos seres humanos e ao ambiente natural”. (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008, p. 191). Yusup et al. (2014) destaca que a Produção mais Limpa, além de reduzir custos de conservação

ambiental, também melhora a eficiência do uso de recursos, diminui desperdícios e possibilita uma produção que degrade menos o meio ambiente.

De acordo com Van Berkel (2007), a P+L se aplica aos processos de todos os setores industriais, produtos e serviços prestados. A sua aplicação tem como foco integrar a preservação ambiental, as estratégias empresariais e de processos, e os produtos e serviços de uma empresa para aumentar sua eficiência e reduzir riscos à sociedade e ao meio ambiente.

A conceituação, mostrando os elementos essenciais da estratégia da P+L, pode ser exemplificada pela figura 1.

Figura 1 – Elementos essenciais da estratégia de P+L



Fonte: Nascimento, Lemos e Mello (2008, p. 191).

A metodologia da Produção mais Limpa mobiliza toda a organização, por isso os gestores e principais interessados devem estar cientes de que haverá uma mudança cultural em todos os níveis hierárquicos empresariais. Os colaboradores devem receber devida atenção neste contexto, ponto essencial para que não haja resistência às mudanças, e para que aprendam novas técnicas e compreendam a importância e benefícios dessa ferramenta para a empresa, a comunidade e o meio ambiente. (YONG et al., 2016).

Como benefícios da P+L ficam evidentes em aspectos como melhoria de competitividade, a redução no uso de insumos e energia, melhorias nas condições de trabalho, redução de despesas com resíduos, melhorias nos processos e um caminho crescente para o desenvolvimento sustentável. Além disso, proporciona a oportunidade de relação ambiental do tipo “ganha-ganha”, aliando em um mesmo

caminho as melhorias ambientais e os ganhos econômicos. (CNTL, 2003; MAGNAGO, 2013; NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008).

Com todos os mecanismos disponíveis para alcançar uma produção mais responsável e eficiente, e seus possíveis benefícios comprovados, algumas empresas ainda resistem ao posicionamento socioambiental responsável. Para buscar o desenvolvimento sustentável, diversas instituições governamentais e privadas trabalham de forma conjunta para criar estímulos externos que induzam as empresas a incorporarem melhores práticas. Esses estímulos assumem a forma de políticas e legislações de âmbito municipal, estadual, federal e até, em alguns casos, mundial. (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008; SEN, 2008).

2.7 Estímulos Legais para a Adoção de Práticas Ambientais

O desenvolvimento sustentável é um processo integrado por diversos fatores que se relacionam de forma muito próxima, por isso necessita da apreciação simultânea de diversas instituições, de todos os setores (público, privado e terceiro setor). Isso inclui organizações, governos, autoridades locais, partidos políticos, ONGs etc. (SEN, 2008).

As organizações, como é possível perceber, não funcionam estritamente de acordo com suas regras, mas também seguem exigências de seus clientes, do setor público e grupos de interesse especiais. Esses fatores em conjunto constituem o ambiente político-legal, o qual é responsável pelas leis e regulamentações que afetam as empresas diretamente. As legislações às quais as organizações devem se submeter, podem representar tanto uma limitação das atividades empresariais, quanto uma fonte de oportunidades. Empresas que às seguem evitam multas e processos e ainda promovem um ambiente de confiança com os seus clientes e stakeholders. (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008).

O setor público, conforme Sampaio (2000), é formado por organizações públicas, com propriedade e finalidade públicas e representado pelo governo. O governo exerce papel administrativo dos bens públicos nos âmbitos municipal, através de prefeituras municipais, estadual e federal, através de governos estaduais e o governo federal. Ele ainda exerce seu papel através de empresas públicas, autarquias.

As organizações públicas não possuem fins lucrativos e trabalham em prol da sociedade, devendo assim adaptar-se às mudanças e estar conscientes das necessidades da sociedade, como por exemplo das questões ambientais, estabelecendo políticas ambientais e rígida legislação ambiental, a fim de diminuir a exploração de recursos e a poluição. (SAMPAIO, 2000).

No Brasil, principalmente depois da promulgação da Constituição Federal de 1988, das Constituições Estaduais de 1987 e Leis Orgânicas Municipais (LOM) de 1990, houve um aumento significativo do número de normas e legislações que abordam diversos aspectos da problemática ambiental. As LOM ganham bastante destaque neste contexto, como afirma Dias (2009, p. 73),

Devido a uma maior participação dos cidadãos e entidades ambientalistas na elaboração das Leis Orgânicas Municipais (LOM), foram introduzidas novas normas que se aplicam às questões ambientais e que constituem experiências que poderão influenciar maior controle da sociedade sobre as fontes de poluição e degradação do meio ambiente.

Os estados exercem grande influência na formação das LOM e o aperfeiçoamento dos setores municipais ligados ao meio ambiente, por conta da maior parte das leis estaduais exigirem que os municípios desenvolvam órgãos municipais capacitados, adquiram equipamentos e meios necessários para seu correto funcionamento. As políticas estaduais devem alcançar de forma conjunta metas sociais e ambientais, e o equilíbrio ecológico. (DIAS, 2009; RIBEIRO, 2010).

Essa nova realidade legal traz às administrações municipais uma maior obrigatoriedade e necessidade da implementação de novos órgãos de administração ambiental e a difusão das preocupações ambientais no município. (DIAS, 2009; RIBEIRO, 2010).

A influência das leis estaduais, da mesma forma, exige que os municípios fiscalizem e alterem o funcionamento das empresas neles situadas, como no município gaúcho de Salvador do Sul.

O Conselho Estadual do Meio Ambiente – CONSEMA, em sua resolução n.º 288 de 2014, exigiu que os municípios gaúchos licenciassem ambientalmente os empreendimentos e atividades que causassem impactos ambientais em âmbito local. Os empreendimentos identificados como potenciais poluidores receberam, em forma impressa, notificações para realizarem, em um prazo de noventa dias, a regularização de suas instalações.

A resolução CONSEMA 288 de 2014 também exigiu que todos os municípios gaúchos implementassem em suas prefeituras um órgão ambiental possuindo no seu quadro, no mínimo, um licenciador habilitado e um fiscal concursado, além de equipamentos e meios julgados necessários para exercer as funções e atribuições.

No ano de 2018 a referida lei recebeu complementações, sendo nomeada CONSEMA 372 de 2018. Em sua nova constituição aparecem, apenas, esclarecimentos de aspectos da versão anterior e são incluídos outros setores ou tipos de empreendimentos que devem ser fiscalizados.

Percebida a importância do engajamento na questão socioambiental, com os estímulos vindos tanto do mercado e clientes, quanto do governo e demais instituições, as empresas que decidem melhorar suas práticas se deparam com mais um possível desafio: a conscientização de seus colaboradores e equipes. (DONAIRE, 2009).

2.8 A Conscientização dos Colaboradores

O desenvolvimento sustentável e a responsabilidade socioambiental não se limitam apenas ao setor industrial e comercial, mas também às ações das pessoas. O comprometimento com a questão ambiental está envolvendo tanto as instituições de ensino quanto as empresas, em face da problemática ambiental vivida, levando as pessoas a criarem espaços de discussões e debates com o propósito de encontrar soluções para os problemas (PFITSCHER, 2004).

Quando uma empresa decide implementar ou adaptar atividades em seus processos, deve ter em mente que seus colaboradores podem se tornar seus maiores aliados ou seu maior desafio. O desempenho desta estará ligado diretamente à qualidade de seus recursos humanos e sua participação. (DONAIRE, 2009).

Mudanças trazidas ao ambiente empresarial podem gerar resistências e aversões. Souza e Bruno-Faria (2013) identificam o envolvimento das pessoas no processo de mudanças como um desafio quando são abordados aspectos como o receio às consequências da inovação, a carência de conhecimentos, habilidades e atitudes dos colaboradores e a resistência à mudanças e inovação. Essas problemáticas devem ser enfrentadas pelas empresas para se manterem competitivas no mercado.

A implementação de práticas ambientais deve se relacionar diretamente com a conscientização dos empregados, visto que é necessária a alteração do comportamento das pessoas para o seu sucesso. “Se os trabalhadores não estiverem engajados nesse objetivo, o resultado será medíocre”. (DONAIRE, 2009, p. 102).

Neste cenário, segundo Jacobi (2003), a conscientização e educação ambiental aparecem cada vez mais como importantes ferramentas no contexto de degradação socioambiental e a resposta crescente das empresas. Elas assumem a função transformadora de tornar a corresponsabilização de todos os indivíduos (colaboradores, gestores e todos envolvidos nas atividades das empresas) em um objetivo essencial para estimular a participação nos processos de mudança e assim estarem cada vez mais próximos de um desenvolvimento sustentável.

Um modo efetivo para trabalhar a conscientização e avaliar a questão ambiental dentre as várias metodologias existentes, é a pegada ecológica. Gonzalez e Andrade (2015) afirmam que “[...] a pegada ecológica se destaca em razão de que seus resultados podem ser apresentados de forma muito intuitiva, o que certamente contribuiu para a sua difusão”.

Conforme Sische et al. (2007), após a Conferencia Mundial do Meio Ambiente - Rio 92, surgiu a ideia de criar indicadores para avaliar a sustentabilidade, onde Rees (1992) contribuiu com o desenvolvimento de um índice denominado Pegada Ecológica ou, em inglês, Ecological Footprint.

A ONG WWF Brasil ([2018?]) define que a Pegada Ecológica é

[...] uma metodologia de contabilidade ambiental que avalia a pressão do consumo das populações humanas sobre os recursos naturais. Expressada em hectares globais (gha), permite comparar diferentes padrões de consumo e verificar se estão dentro da capacidade ecológica do planeta. Um hectare global significa um hectare de produtividade média mundial para terras e águas produtivas em um ano.

Este indicador mede o quanto da capacidade regenerativa da biosfera é usada pelas atividades dos seres humanos. De maneira simples, a Pegada Ecológica mostra quantos recursos, ou se há recursos suficientes, para os hábitos de consumo da população ou do indivíduo analisados. (GONZALEZ; ANDRADE, 2015).

O alto grau educativo é uma de suas características, principalmente porque relaciona a sociedade com o meio ambiente e a intensidade do efeito das ações das

pessoas sobre os sistemas ambientais. (GUIMARÃES; FEICHAS, 2009). Em conjunto a isso, Cervi e Carvalho (2007) afirmam que a Pegada Ecológica se mostra positiva por poder ser empenhada tanto para um indivíduo quanto em grandes escalas, portanto apesar de ser um indicador quantitativo, possibilita grandes aplicações. Ela privilegia a dimensão ecológica em detrimento da social, econômica e institucional. Sendo assim, nas empresas ela pode servir como uma grande ferramenta para o aumento da participação dos colaboradores nas questões ambientais.

Esse capítulo apresentou a base teórica utilizada para realizar o presente estudo. Nos próximos capítulos serão apresentadas a delineação do método utilizado para a pesquisa e os resultados obtidos.

3 METODOLOGIA

O presente capítulo apresenta os procedimentos usados para realizar cientificamente o estudo. Nele delinea-se o método de pesquisa, a unidade-caso e indica-se quais as técnicas de coleta e análise de dados utilizadas. Ele descreve também, em seu final, algumas limitações encontradas no método utilizado durante a pesquisa.

3.1 Delineamento da Pesquisa

O procedimento técnico utilizado para realizar a pesquisa neste trabalho é classificado como estudo de caso. Para Yin (2010, p. 39), o estudo de caso “[...] é 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”.

O estudo de caso é muito proveitoso e vem sendo muito utilizado por diferentes pesquisadores por possibilitar pesquisas com diversos propósitos, sejam elas para explicar fenômenos complexos ainda não descritos e que não possibilitam a coleta de dados estatísticos ou que sigam um padrão, analisar situações sem limites específicos definidos, ou ainda descrever o contexto na qual a investigação está sendo feita. (GIL, 2008).

A presente pesquisa, por representar um estudo de caso, foi feita em uma empresa em particular, Kuhn Veículos, buscando analisar a dinâmica que entorna a incorporação de práticas ambientais e seus benefícios, e ainda analisando práticas ambientais de empresas semelhantes. Todas as informações coletadas foram analisadas no contexto onde estão inseridas e sem seguir predefinições.

O estudo de caso foi realizado em uma abordagem de perfil de pesquisa qualitativa, com objetivo de explorar e descrever um fenômeno e comportamentos da empresa pesquisada, possibilitando ainda pesquisas complementares e futuros estudos mais aprofundados. Silva Triviños (1987) diz que o estudo de caso é uma importante técnica de pesquisa qualitativa pois possibilita a análise em profundidade de uma unidade-caso, levando em consideração suas particularidades e abrangências, aliado ao suporte teórico que o pesquisador leva consigo para orientação.

Os métodos adotados dentro da pesquisa qualitativa procuram o que é comum entre os pesquisados, mas nela pode-se perceber a individualidade e os significados atribuídos pelos indivíduos à realidade, procurando descrevê-la sem se preocupar com uma mensuração matemática e/ou estatística. (ROESCH, 2009). Neste estilo de pesquisa, o pesquisador pode descrever um problema complexo, observar a interação de duas variáveis e entender comportamentos particulares sem necessariamente ter que impor qualquer tipo de estrutura de pesquisa pré-definido para medir a realidade.

Nas técnicas de coleta e análise dos dados da pesquisa, portanto, não foram empenhadas métricas e estatísticas para chegar às conclusões. As entrevistas seguiram um roteiro semiestruturado apenas para definir o caminho que a entrevista deveria seguir, deixando o entrevistado e o entrevistador livres para fazerem questionamentos e abordar outros assuntos ligados à temática, que agregassem informação ao trabalho e possibilitassem a exploração de diferentes abordagens.

Saccol et al. (2012) colocam que quando uma pesquisa possui perfil exploratória, ela toma como objetivo a compreensão inicial sobre um conceito recente ou inédito, desenvolvendo teorias ou proposições para estudos futuros. Por isso pode ser usada na presente pesquisa, possibilitando um entendimento de práticas e comportamentos empresariais ainda não estudados na empresa e compreender o seu ambiente.

3.2 Definição da Unidade-Caso

A empresa na qual realizou-se a pesquisa é a empresa Paulo André Kuhn ME, nome fantasia Kuhn Veículos, localizada na cidade de Salvador do Sul – cidade da serra gaúcha, com aproximadamente 7,7 mil habitantes segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2018b. A Kuhn Veículos é uma empresa familiar de porte pequeno e atua no ramo de venda e troca de automóveis usados há cerca de 16 anos, possui quatro funcionários com ligação parental, incluindo o fundador, e conta com uma oficina mecânica própria, no mesmo local, na qual realiza a manutenção, reparação, pintura, e limpeza dos automóveis em amostra.

O principal motivo da escolha desta empresa para a pesquisa é por trabalhar com produtos de alto valor agregado, que necessitam de constante manutenção e

limpeza, gerando, conseqüentemente, altos custos e o uso de resíduos químicos advindos destes processos. Também, é uma empresa que pode gerar fácil acesso às informações por conta de o pesquisador ser um dos funcionários, estar inserido diretamente nos processos diários da empresa e conhecer os demais colaboradores.

A escolha dos entrevistados foi baseada em critérios como ter contato com as práticas e processos empresariais que seriam estudados, a longa experiência na empresa e o conhecimento do mercado no qual a empresa está inserida.

Os entrevistados foram o proprietário da empresa, por conhecer todos os processos, o mercado, a história e demais características que poderiam agregar valor ao trabalho, e o responsável pela oficina, o qual realiza toda parte de pintura, chapeação, polimento e por isso está constantemente em contato com a compra e descarte de produtos químicos utilizados, além de ter considerável conhecimento sobre os processos pelos quais seu trabalho passa; Ambos entrevistados estão trabalhando na empresa desde sua fundação e suas contribuições são vistas como de grande valor para o enriquecimento dos conhecimentos advindos desta pesquisa.

Para a realização da pesquisa e como forma de referência, foram escolhidas outras duas empresas externas, situadas em cidades próximas à unidade-caso e que são consideradas precursoras nos cuidados com as questões ambientais, possuindo práticas que podem ser possivelmente incorporadas por outras empresas.

A primeira está localizada em Montenegro, cidade com cerca de 59,4 mil habitantes segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2018a. Nesta pesquisa seu nome é apresentado como Alfa por opção da empresa em não revelar o nome real. Foi fundada em 1958, de forma familiar por 5 pessoas e hoje conta com 68 colaboradores.

A Alfa trabalha com oficina mecânica própria situada no mesmo prédio ao qual possui sua loja de automóveis novos e seminovos, sendo, hoje, a representante regional de uma marca internacional de veículos.

A escolha da Alfa como referência para essa pesquisa é explicada pela identificação de uma série de práticas ambientais que poucas empresas já adotaram. Por estar situada em uma região de grande concorrência e possuir gestores com uma visão inovadora e responsável, ela conta com atividades ambientais, tanto nos setores de oficina mecânica, quanto nos de venda, que podem ser incorporadas por empresas semelhantes.

O entrevistado da empresa Alfa foi seu gestor e fundador, por possuir completo conhecimento dos processos que vão desde a venda até a oficina, tendo participado ativamente de alguns deles, e por ter sido o responsável pela implementação de e planejamento de grande parte das práticas ambientais identificadas.

A Beta, segunda empresa externa considerada como referência para a presente pesquisa, também optou por não revelar seu verdadeiro nome, está localizada em São Pedro da Serra, município que conta com cerca de 3,3 mil habitantes segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2018c. A Beta possui em seu quadro de funcionários 5 pessoas, sendo 3 de ligação parental e 2 colaboradores contratados.

A empresa trabalha com oficina mecânica, desempenhando atividades que vão desde o conserto de automóveis até sua lavagem. Hoje ela atende clientes de diversas cidades vizinhas, sendo referência nos serviços que presta e reconhecida por toda a região pela qualidade de seus serviços.

A escolha da empresa Beta para ser base a essa pesquisa se deu por conta de sua representatividade na região e sua postura frente à responsabilidade ambiental. Apesar de estar localizada em um município muito pequeno, atende clientes de diversas cidades, que procuram por serviço de qualidade. A empresa Kuhn Veículos possui ligação à Beta por terceirizar alguns serviços dos carros da loja, presenciando as boas práticas ambientais e os cuidados que vão desde o fornecedor até o cliente final.

A escolha do entrevistado na Beta se deu por seu conhecimento sobre todos os processos empresariais e por ser o principal responsável pelas atividades da oficina mecânica, além do interesse em compartilhar seu modo de trabalho, sendo esse o gestor e fundador da empresa.

3.3 Técnicas de Coleta de Dados

Para realizar a etapa de coleta de dados utilizaram-se as seguintes técnicas de coleta de dados:

- Entrevistas em profundidade;
- Observação participante;
- Análise de documentos;

As quais são descritas a seguir.

a) Técnica de entrevista em profundidade: a entrevista em profundidade é uma sessão de discussão entre o entrevistador e o entrevistado. Os entrevistados são escolhidos pelo seu conhecimento especializado sobre determinado assunto, ou seja, escolhem-se principalmente pessoas que estejam ligadas de forma direta e profunda ao assunto a ser estudado. (HAIR JR. et al., 2005). Utilizou-se o método de entrevista semiestruturada, contando com tópicos para nortear o caminho que a entrevista deveria seguir, mas com liberdade para abordar assuntos provenientes da conversação. No caso dessa pesquisa, foram utilizados diferentes questionários para as entrevistas internas e externas, tendo como objetivo alcançar resultados mais precisos e que atendessem os objetivos da coleta de dados. Primeiramente entrevistou-se o proprietário e gestor da empresa Kuhn Veículos e o responsável pela oficina, que é irmão do proprietário (roteiro no apêndice A). Essas entrevistas foram feitas nas dependências da própria empresa, gravadas em áudio e após transcritas para análise. Nesse momento, durante a entrevista com os colaboradores da empresa Kuhn Veículos, aplicou-se o teste de Pegada Ecológica. Além disso, foram entrevistados na empresa Alfa e Beta os fundadores, que exercem a função de gestores (roteiro no apêndice B). Os procedimentos de coleta dos dados seguiram o mesmo delineamento que na primeira empresa, apenas o teste de Pegada Ecológica não foi aplicado.

O Quadro 4 mostra a síntese dos entrevistados, a empresa à qual estão vinculados, seus cargos e tempo de trabalho. Também é apresentada a nomeação de cada entrevistado para esse estudo de caso e o tempo aproximado de gravação das entrevistas.

Quadro 4 – Síntese dos sujeitos da pesquisa

Função	Nomeação	Empresa	Tempo de empresa	Duração da entrevista
Gestor e Proprietário	Entrevistado A	Kuhn Veículos	Desde a fundação	Aproximadamente 1 hora e 15 minutos
Responsável pela oficina	Entrevistado B	Kuhn Veículos	Desde a fundação	Aproximadamente 1 hora
Gestor e Proprietário	Entrevistado Alfa	Alfa	Desde a fundação	Aproximadamente 45 minutos
Gestor e responsável pela oficina	Entrevistado Beta	Beta	Desde a fundação	Aproximadamente 50 minutos

Fonte: Elaborado pelo autor.

- b) Técnica de observação participante: “a observação, como técnica de coleta de dados, permite ao pesquisador obter informações sobre a realidade dos participantes da pesquisa no próprio ambiente estudado” (LAKATOS; MARCONI, 2009, p. 76). Na técnica de observação participante, o pesquisador não apenas observa passivamente os fenômenos que estão sendo estudados, mas participa ativamente da pesquisa, podendo assim assumir uma série de funções. Esse tipo de observação se dá na forma de participação real no contexto ao qual se está inserido, seja ele uma comunidade, grupo ou determinada situação. Dentre as formas que podem ser utilizadas para conduzir a observação participante em uma pesquisa, neste trabalho especificamente foi utilizada a observação participante aberta, pelo fato de o pesquisador ter a permissão e conhecimento de todos os envolvidos sobre a pesquisa. A observação foi feita nas dependências de todas as empresas abordadas neste estudo. Na empresa Kuhn Veículos a observação se deu na oficina mecânica com foco principal no uso e descarte de materiais e resíduos, e as atividades desempenhadas pelo responsável da área. A observação se estendeu por um período de 4 horas, durante dois dias. Nas empresas Alfa e Beta houve maior preocupação em encontrar nos processos exemplos de boas práticas ambientais que poderiam ser incorporadas pela

unidade-caso. Acompanhou-se as atividades da oficina e dos gestores. A observação foi de quatro horas, durante um dia em cada empresa. Os tópicos observados em todas as empresas estão listados no Apêndice C. Durante e após a observação os dados foram anotados e fotografou-se o que foi assumido como importante e que agregasse valor ao trabalho.

- c) Técnica de análise de documentos: Saccol et al. (2012) afirmam que documentos são uma importante fonte de dados, sejam eles atuais ou históricos, e quando utilizados para coletar dados, permitem explicações e esclarecimentos de forma documental sobre determinado tema. Gil (2008) coloca também que nesta forma de coleta de dados, utilizam-se documentos que ainda não foram estudados ou tiveram alguma forma de análise ou que podem ser reelaborados afim de seguir os objetivos da pesquisa. Os principais documentos analisados neste trabalho foram relatórios emitidos pela empresa terceirizada responsável pela coleta de resíduos, nomeados “Relatório de Coleta de Resíduos Químicos”, “Manifesto para Transporte de Resíduos” e “Certificado de Destruição Térmica”, documentos recebidos da prefeitura da cidade, com instruções e exigência à empresa por mudança em práticas empresariais, como a “Notificação de Licença Ambiental” e documento de “Licenciamento de Operações” emitido pelo departamento do meio ambiente. Todos esses estavam arquivados em posse do gestor, na empresa Kuhn Veículos.

3.4 Técnicas de Análise de Dados

Os autores Diehl e Tatim (2004, p.82) afirmam que “Os dados coletados, sendo eles de caráter qualitativo ou quantitativo, sempre são submetidos a algum tipo de análise, a fim de permitir uma adequada interpretação e posteriormente uma construção de propostas”.

Na pesquisa qualitativa, ao terminar a coleta de dados, o pesquisador se depara com uma quantidade enorme de informações, sejam elas notas ou depoimentos, as quais terá de organizar para posteriormente interpretar. (ROESCH, 2009). Porém, Diehl e Tatim (2004) também colocam que a pesquisa qualitativa facilita no descrever de um problema, nas análises das variáveis e classificação dos

processos experimentados, assim permitindo uma interpretação particular do problema e da empresa estudada.

A técnica de análise de dados utilizada nesta pesquisa foi a técnica de análise de conteúdo, que segundo Bardin (1995, p. 42) “[...] é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Saccol et al. (2012) coloca que os dados analisados nesta modalidade podem ser advindos de documentos, entrevistas e outras técnicas qualitativas.

As informações coletadas com as técnicas utilizadas nesta pesquisa normalmente são apresentadas por final em forma de texto, por isso a importância da técnica de análise de conteúdo. O método tem como objetivo buscar palavras, frases e parágrafos que tragam respostas através de repetições e outros fatores. Já existem softwares que podem auxiliar na análise de textos, porém estes não substituem o trabalho do pesquisador na conceituação e interpretação do texto. (ROESCH, 2009).

A técnica de análise de conteúdo segue etapas importantes para o tratamento dos dados coletados. A pré-análise consiste no primeiro contato com as informações coletadas e sua organização. Essa etapa tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar os dados coletados, a fim de conduzir à um plano de análise. A análise do material, por sua vez, é a fase na qual o pesquisador deve administrar sistematicamente as decisões da pré-análise, ou seja, tratar o material e codificá-lo, organizando as informações através do recorte, enumeração e respectiva classificação. (BARDIN, 1995).

Nesta pesquisa, na etapa de pré-análise aconteceu a primeira verificação das informações e dados coletados, identificando e entendendo os documentos, seus nomes e sua importância para a elaboração da pesquisa. Organizou-se os mesmos para posteriormente realizar-se a análise do material. Nessa análise os materiais coletados foram tratados para elaborar as próximas etapas da análise de dados e facilitar a criação das categorias.

Feitas a pré-análise e a análise do material, surge como um facilitador a criação de categorias que funcionem como base de estudo, processo chamado de categorização. As categorias são classes que reúnem grupos de elementos com características comuns ou que se relacionam entre si. É necessário que os grupos criados na categorização e os elementos sejam adequados às suas classes, incluam

o conteúdo em sua totalidade, estejam organizados, não sejam repetidos e que sejam adequados ao tema de estudo. (BARDIN, 2009; MINAYO, 1994).

Trabalhar com categorias consiste, basicamente, em agrupar ideias, elementos e expressões em torno de um conceito. Esse conceito abrange elementos com características comuns e que se relacionam entre si. (MINAYO, 1994). Para esse estudo foram definidas as categorias de análise apresentadas no Quadro 5, organizadas em categorias principais, subcategorias e a confrontação com os autores trazidos no referencial, a fim de atenderem os objetivos específicos da pesquisa.

Quadro 5 – Categorias de análise

Categoria	Subcategoria	Autores
O desenvolvimento sustentável	Modo de trabalho da empresa antes da incorporação de práticas ambientais; Motivações para a introdução das práticas ambientais já incorporadas	Barbieri (2007) Rabelo (2008) Dias (2009) Donaire (2009) Bogo (2012)
As práticas ambientais	As práticas ambientais da empresa Kuhn Veículos As práticas ambientais de empresas semelhantes Os benefícios das práticas ambientais para a empresa	Vachon e Klassen (2007) Nascimento, Lemos e Mello (2008) Dias (2009) Donaire (2009) Amato Neto (2015)
Sustentabilidade ambiental e responsabilidade socioambiental	A sustentabilidade ambiental e responsabilidade socioambiental	Sachs (2004) Dias (2009) Nascimento, Lemos e Mello (2008) Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009) Amato Neto (2015)
A conscientização ambiental	A conscientização ambiental e os colaboradores	Jacobi (2003) Cervi e Carvalho (2007) Donaire (2009) Guimarães e Feichas (2009) Souza e Bruno-Faria (2013) Gonzales e Andrade (2015)

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados coletados nesta pesquisa foram, portanto, analisados de forma qualitativa, confrontando-os com os conceitos trazidos no referencial teórico do presente trabalho. Ao término da coleta de dados advindos das entrevistas, foi feita a devida transcrição da conversa, para posteriormente analisar-se e obter-se as informações desejadas.

O mesmo modo foi utilizado para transcrever os dados, imagens e anotações da observação participante, colocando-os em ordem e estrutura formal para serem analisados. Já dos documentos foram extraídas informações como valores monetários, datas e prazos das atividades neles contidas e outros dados que poderiam agregar alguma espécie de valor na construção das respostas da pesquisa.

O mesmo modo foi utilizado para transcrever os dados, imagens e anotações da observação participante, colocando-os em ordem e estrutura formal para serem analisados. Já dos documentos foram extraídas informações como valores monetários, datas e prazos das atividades neles contidas e outros dados que poderiam agregar alguma espécie de valor na construção das respostas da pesquisa.

A etapa de tratamento dos dados, por fim, tem por finalidade transformar os dados brutos em válidos à pesquisa. Esse processo é feito por meio de procedimentos estatísticos (quadros, figuras, modelos) que sintetizem e destaquem as informações analisadas, possibilitado com que o pesquisador chegue às conclusões finais. (BARDIN, 1995).

Nesta pesquisa utilizou-se, principalmente de imagens, esquemas e quadros síntese, interpretados à luz da teoria, para sintetizar e clarificar as informações coletadas, tomando a estrutura visual como uma aliada à simplificação e explicação objetiva dos dados coletados e das informações das entrevistas e materiais.

3.5 Limitações do Método

É apresentado por Yin (2010) que o estudo de caso pode trazer preocupação em relação aos resultados pois ele fornece uma única base para generalizar uma pesquisa científica, ou seja, os resultados obtidos através de um estudo de caso são válidos somente à empresa foco da pesquisa, normalmente sendo difícil de espelhá-los em outras organizações, sendo assim necessários novos experimentos e

estudos complementares para casos diferentes. O estudo de caso ainda possibilita uma grande flexibilidade na interpretação dos dados, o que pode criar problemas decorrentes da falta de foco e direcionamento da pesquisa para a análise de dados relevantes que agreguem valor ao objetivo da pesquisa.

As técnicas de coleta de dados também podem apresentar limitações à pesquisa. A coleta de dados em documentos pode ser problemática se as informações vierem de fontes inexatas, distorcidas ou errôneas, portanto é importante checar a validade e fidedignidade dos documentos utilizados na pesquisa. Ainda precisa-se cuidar com aspectos éticos para não haver a publicação de dados privados e que não foram acordados com o proprietário da empresa. (LAKATOS; MARCONI, 2009).

Na coleta de dados por entrevista, Gil (2008) e Gaskell (2010) apontam que se deve ter o cuidado de deixar claro o objetivo da pesquisa, pedir permissão para tomar nota ou gravar as respostas, respeitar o tempo de resposta do entrevistado e outros aspectos que façam a interação entre entrevistador e entrevistado seja positiva e conseqüentemente traga melhores resultados.

Na técnica de observação é preciso haver atenção a aspectos de relação com os observados, por conta da impressão favorável ou desfavorável que pode-se criar, ainda pode ocorrer de o pesquisador não presenciar alguns fatos por conta de eles ocorrerem de forma espontânea e não prevista, e dois acontecimentos ocorrerem em um mesmo momento não podendo serem acompanhados simultaneamente, ou também a dificuldade de acessar aspectos cotidianos ou particulares dos pesquisados. (LAKATOS; MARCONI, 2009).

Esse capítulo apresentou o tema que será abordado neste trabalho, o problema, objetivo geral e específicos da pesquisa, suas delimitações e a justificativa do assunto abordado. Nos capítulos seguintes serão apresentadas a base teórica para a realização do trabalho, a delineação do método utilizado para a pesquisa e a apresentação dos resultados obtidos.

Nesse capítulo foi apresentada a metodologia de pesquisa utilizada no estudo. No próximo capítulo será feita a apresentação dos resultados obtidos junto às empresas pesquisadas.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

O presente capítulo apresenta os resultados obtidos com o cruzamento dos dados e relatos obtidos na pesquisa e o referencial teórico. O detalhamento dos resultados tem como etapa inicial a apresentação da empresa e a demonstração dos resultados coletados sobre cada categoria e subcategoria de análise, incluindo as práticas ambientais da Kuhn Veículos e das empresas externas estudadas, os seus benefícios e a conscientização ambiental na empresa.

4.1 Apresentação da Empresa

A empresa Paulo André Kuhn ME, de nome fantasia Kuhn Veículos, foi fundada em 2001 no município de Salvador do Sul – RS, e conta hoje, em seu quadro de funcionários, com 5 colaboradores, conforme descrito no capítulo 3, sendo que todos possuem ligação parental. A empresa é caracterizada, de acordo com Sebrae ([2018?]), como uma microempresa, como é demonstrado no Quadro 6.

Quadro 6 – Classificação de empresa segundo tamanho

Classificação	Número de empregados por ramo de atividades	
	Indústria, Construção Civil; Agropecuária; Outros	Comércio; Serviços
Micro	0 a 19	0 a 9
Pequena	20 a 99	10 a 49
Média	100 a 499	50 a 99
Grande	500 ou mais	100 ou mais
	Receita Bruta Anual	
Micro	Até R\$ 360 mil	
Pequena	R\$ 360 mil a R\$ 3.6 milhões	

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em Sebrae ([2018?]).

A empresa trabalha diretamente com a compra e venda de veículos novos e seminovos e, inclusive, trabalha de forma colaborativa com outras concessionárias e revendedoras da região. Possui em suas dependências uma oficina mecânica, na qual realiza os reparos, como pintura, polimento e manutenção de seus automóveis.

É na oficina que ocorre o uso frequente de estopas, lixas, óleos, pós, tintas e outros materiais que, se não descartados de forma apropriada, podem causar graves danos ao meio ambiente.

Por trabalhar há mais de 17 anos no mercado do município onde está inserida, o proprietário da Kuhn Veículos relata que a empresa conquistou ao longo do tempo grande credibilidade, confiança e visibilidade da comunidade, o que a motiva a estar atenta às mudanças no cenário empresarial e buscar a melhoria contínua de seus processos, produtos e serviços.

4.2 Modo de Trabalho da Empresa Antes da Incorporação de Práticas Ambientais

A busca pelo desenvolvimento sustentável, como explica Jacobi (2003), faz com que novos esforços sejam tomados no sentido de tornar o posicionamento das empresas mais ético em relação ao meio ambiente. Para isso é importante entender como a introdução de práticas voltadas aos aspectos ambientais impacta o dia-a-dia das empresas e entender como os processos aconteciam antes e depois delas.

A empresa Kuhn Veículos, antes da incorporação das práticas ambientais que possui atualmente, contava com cuidados muito pequenos e atividades simples para contemplar os aspectos da sustentabilidade ambiental. De acordo com Amato Neto (2015), essas atividades ainda não podiam ser consideradas práticas ambientais por não caracterizarem um modo diferente de produção ou solução para problemas ambientais. O Entrevistado B, responsável pela oficina mecânica, explica que *“Não tínhamos grandes cuidados e preocupação com a separação certa e os cuidados da saúde”*.

Os processos aconteciam, como relata o Entrevistado B, da seguinte forma

“Todos os materiais usados nos processos da oficina iam para a reciclagem da prefeitura. Nós tínhamos dois tonéis normais, sem tampa, sem identificação, nem nada. Neles separávamos os materiais como estopas molhadas em um e outros resíduos sujos em outro [...]”.

Essa constatação ainda é reforçada com uma descrição do descarte feita pelo Entrevistado A

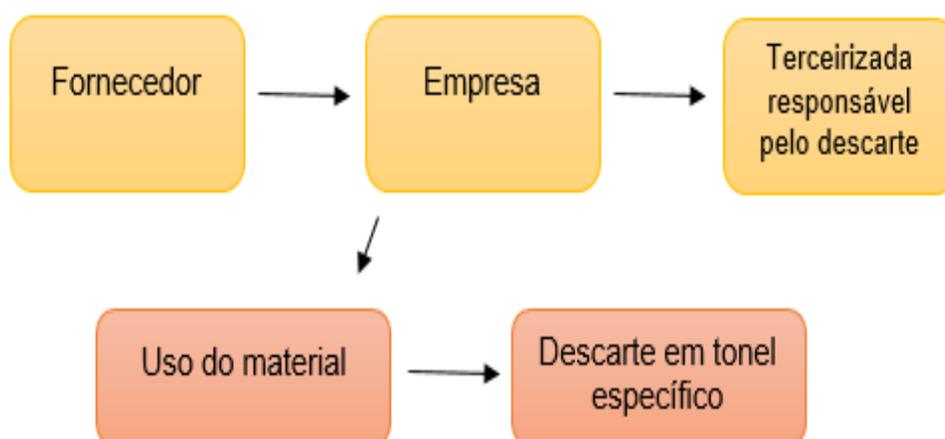
“[...] eram usados latões de lixo, sem tampa. Os resíduos com óleo e estopas eram colocados todos juntos e recolhidos por um caminhão da prefeitura, e os pós iam pro outro. Acho que os resíduos eram levados para um aterro sanitário [...], mas não acompanhávamos nada desse processo”.

Percebe-se também, através dos relatos dos entrevistados, que grande parte da falta de atenção à separação devida dos materiais acontecia por percepção de que todos seriam misturados novamente ao serem recolhidos pelo órgão responsável por sua coleta.

“[...] separávamos os materiais como estopas molhadas em um e outros resíduos sujos em outro, mas que eram misturados no caminhão de qualquer forma, então não fazia muita diferença o nosso cuidado nesse momento”. (ENTREVISTADO B).

De forma resumida, o processo de descarte de materiais e resíduos pela empresa estudada acontecia como está apresentado na Figura 2, demonstrando a compra do material, seu uso e descarte na empresa, e o recolhimento pela empresa terceirizada responsável por sua destinação.

Figura 2 – Processo de descarte de resíduos da Kuhn Veículos antes das práticas ambientais



Fonte: Elaborado pelo autor.

A empresa também contava com cuidados com o consumo moderado de água, energia elétrica e produtos, como shampoos e solventes, porém não havia a grande preocupação com o destino que os mesmos tomavam. O solvente e as

tintas, por exemplo, ao serem despejados em bueiros ou pias podem ser levados à rede pluvial, contaminando cursos d'água e os lençóis freáticos. (ECYCLE, [2018?]).

Visto que as práticas da empresa não eram suficientes para alcançar um papel empresarial sustentável e serem consideradas ambientais, seguindo motivações externas e internas apresentadas a seguir, surgiu a necessidade de mudanças no modo como as atividades eram desempenhadas. Nesse sentido, Jacobi (2003) evidencia que a busca por um desenvolvimento sustentável não se baseia apenas na relação entre aspectos econômicos e sociais, mas vai em busca de uma postura ética das empresas em relação ao meio ambiente.

4.3 Motivações para a Introdução das Práticas Ambientais já Incorporadas

O mundo empresarial sofre constantemente com pressões internas e externas para alterar e adaptar sua forma de gestão e incorporar novas práticas ambientais, como explicado por Dias (2009) no referencial teórico. Essas pressões podem vir do mercado, da concorrência, dos colaboradores, da sociedade, dos órgãos governamentais e até da responsabilidade socioambiental, e atingem diretamente as empresas.

A Kuhn Veículos teve como maior motivadora da alteração de seus processos, a legislação. Ao serem questionados sobre os motivadores da incorporação das práticas ambientais já adotadas na empresa até o momento, os entrevistados citaram com unanimidade a lei CONSEMA nº 288 de 2014 e suas exigências, que são explicadas no referencial teórico deste trabalho. Na verdade, a legislação possuiu perfil de imposição legal muito maior do que de motivação, por não dar opção ao gestor de sua aceitação. O Entrevistado A alega que *“A legislação foi a maior motivadora das nossas mudanças. Provavelmente não teríamos feito grandes coisas sem essa obrigação”*.

A empresa recebeu da prefeitura municipal um documento intitulado “Notificação de Licença Ambiental”, onde constava todas as exigências de mudanças que deveriam ser feitas nas dependências empresarias, como a instalação de locais para o destino próprio de resíduos, filtro de ar para a sala de pintura, contrato com empresa terceirizada para destinação dos resíduos. Após a conclusão das mudanças solicitadas a empresa recebeu o documento

“Licenciamento de Operações”, o qual a permitia continuar exercendo suas atividades.

“Nós tínhamos um prazo de 90 dias para realizar as mudanças, e envolveu esforços, principalmente, da minha parte e do responsável pela oficina. Se eu não fizesse as alterações não poderia continuar atuando no município. Nós terminamos tudo em mais ou menos dois meses e pudemos continuar trabalhando normalmente”. (ENTREVISTADO A).

Na verdade, a nova legislação fez com que a empresa tivesse que adaptar algumas de suas práticas, principalmente ligadas aos processos de uso de materiais considerados poluentes, como lixas, pós, óleos e tintas, e seu descarte. O Entrevistado B, responsável por essas atividades, foi quem mais sentiu o impacto dessas mudanças, isso porque já estava trabalhando na empresa desde sua fundação, seguindo processos muito parecidos e, de certa forma, acostumado.

“[...] quero comentar que já possuíamos cuidados com alguns materiais na empresa, mas depois da lei que mudanças surgiram. No começo até fiquei um pouco assustado porque vi o ambiente de trabalho que eu conhecia há muito tempo ser mudado. Não foram mudanças muito grandes, mas sabe né? Ninguém gosta de ter que se organizar diferente depois de tanto tempo fazendo a mesma coisa”. (ENTREVISTADO B).

As alegações dos entrevistados perante as exigências impostas pela CONSEMA nº 288 de 2014, é validada ao se analisar a resolução disponível no site do Governo do Rio Grande do Sul, apresentado na figura 3. Como é possível observar na figura, a Kuhn Veículos se encaixa na categoria “oficinas mecânicas/chapeação e pintura”, situada no campo de ramos considerados potenciais poluidores, evidenciando a atuação da empresa com potencial poluidora de nível médio e englobando empresas desde o porte mínimo.

Figura 3 – Definição de tipologias CONSEMA 288

RAMO	RAMO_DESCRICAO	UNIDADE DE MEDIDA	POTENCIAL POLUIDOR	MÍNIMO
4810-10	INSTALAÇÃO DE LINHA TELEFÔNICA	comprimento (km)	BAIXO	de 0 a 99999999
4810-11	INSTALAÇÃO DE LINHA TELEFÔNICA SUBFLUVIAL	comprimento (km)	BAIXO	de 0 a 99999999
4811-00	INSTALAÇÃO DE CABOS DE FIBRA ÓPTICA	comprimento (km)	BAIXO	de 0 a 99999999
4812-00	REDE/ANTENA PARA TELEFONIA MÓVEL / ESTAÇÃO RÁDIO-BASE	valor único por local	BAIXO	de 0 a 99999999
5110-00	HOTEL / POUSADA	área útil (m ²)	BAIXO	de 0 a 99999999
5130-00	RESTAURANTE / REFEITÓRIO / LANCHONETE / QUIOSQUE / TRAILER FIXO	área útil (m ²)	BAIXO	de 0 a 99999999
5210-00	SERVIÇOS DE REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE MAQUINAS/ APARELHOS / UTENSÍLIOS / PEÇAS / ACESSÓRIOS	área útil (m ²)	BAIXO	de 0 a 99999999
5220-00	OFICINA MECÂNICA/CENTRO DE DESMANCHE DE VEÍCULOS (CDV) /CHAPEAÇÃO E PINTURA	área útil (m ²)	MÉDIO	de 0 a 99999999

Fonte: CONSEMA nº 288 de 2014.

Aliados às mudanças trazidas pela lei, outros fatores fizeram com novas preocupações, mesmo que pequenas surgissem, dentre elas o bem-estar dos funcionários e clientes e a diminuição de desperdícios de recursos como água e energia elétrica. O Entrevistado A conta que

“[...] depois dos investimentos que tive que fazer na oficina percebi que era interessante também já investir em outras coisas, pra tornar a loja mais bonita, melhorar o ambiente e também diminuir nossos custos de água e luz, que normalmente eram altos”.

Nas empresas externas pesquisadas, Alfa e Beta, os responsáveis pela gestão, quando questionados sobre as motivações para a introdução de suas práticas ambientais, também citaram a legislação como grande impulsionador das mudanças incorporadas. Na empresa Alfa, por ser de porte médio, também é citada a concorrência no setor de atuação e a consciência dos clientes sobre a responsabilidade socioambiental.

“Muito já se ouviu falar na cidade sobre nossa postura em frente ao meio-ambiente. Montenegro tem uma concorrência muito grande no segmento de venda de carros, por isso não podemos só nos preocupar com a oficina, mas também com todo nosso prédio, nossos funcionários e os nossos clientes”. (ENTREVISTADO ALFA).

Através do relato do entrevistado da empresa Alfa é possível reforçar as afirmações de Dias (2009), quando coloca que as empresas por muito tempo têm sido as principais responsáveis pelo esgotamento dos recursos naturais e consideradas as vilãs dos problemas ambientais, mas aos poucos estão mudando sua postura e adotando modos de trabalho mais responsáveis.

Na empresa Beta, de forma diferente das demais empresas, um motivador mencionado pelo entrevistado foi a sua própria consciência sobre a responsabilidade com o meio ambiente. A preocupação em manter os cuidados com os desperdícios, a compra de materiais com menos produtos químicos e o os cuidados com as questões ambientais desde o fornecedor até a conclusão do serviço surgiu por conta dos esforços feitos pelo fundador.

O entrevistado da empresa Beta mostra um nível de consciência ambiental bastante alto, o que pode ser um impulsionador para que suas atividades sejam muito reconhecidas na região. Donaire (2009) afirma que quando os trabalhadores estão engajados no objetivo de alcançar a sustentabilidade ambiental, há o surgimento imediato de grandes mudanças e possíveis ganhos.

A legislação, portanto, foi o motivo maior para que a Kuhn Veículos revisasse seus processos. Isso porque a lei não age apenas como uma motivadora, mas também como uma imposição do governo à empresa para que adeque suas atividades. Caso as medidas não fossem seguidas, a empresa não poderia continuar exercendo suas atividades na oficina mecânica.

4.4 As Práticas Ambientais da Empresa Kuhn Veículos

Diante das motivações mencionadas e as mudanças trazidas à empresa, atualmente a Kuhn Veículos conta com alguns cuidados ambientais, principalmente voltados à redução da contaminação do ar e à destinação correto de resíduos contaminados.

Na Fotografia 1 é apresentado o filtro de ar, que está instalado na sala de pintura de automóveis. Ele funciona como um exaustor, sendo que suas camadas internas, constituídas de diversas camadas de papelão e duas camadas de fibra de vidro, capturam as partículas de tinta e expõem ao meio externo apenas o ar filtrado.

Fotografia 1 – Exaustor com filtro de ar



Fonte: Registrada pelo autor.

A Kuhn Veículos ainda conta com tonéis, apresentados na Figura 2, onde estopas e materiais com óleo, solvente e produtos químicos são depositados para aguardar a coleta pela empresa responsável por sua destinação, todos esses toneis são identificados e fechados para que não haja a separação indevida e a contaminação do ambiente.

Fotografia 2 – Tonéis para resíduos contaminados



Fonte: Registrada pelo autor.

É encontrado ainda na empresa um tonel de tamanho menor, no qual são depositados os resíduos sólidos, principalmente pós, provenientes do processo de pintura. Do mesmo modo que os toneis para resíduos químicos, esse possui uma tampa com rosca para evitar a contaminação externa. Ele é apresentado na Fotografia 3.

Fotografia 3 – Tonel para resíduos secos



Fonte: Registrada pelo autor.

Caso os resíduos químicos fossem despejados no solo ou em ambientes abertos, haveria a grande possibilidade de torná-los impróprios para a vida, para construções e ainda poluir os cursos de água ou propiciar o surgimento de doenças em indivíduos que estivessem em contato constante (ECYLE, [2018?]).

Todos os resíduos depositados nos toneis são recolhidos por uma empresa terceirizada, a qual mantém todas as separações em grandes reservatórios e leva-os à reciclagem ou destruição térmica. A empresa terceirizada fornece um "Certificado de Destruição Térmica", onde constam todos os materiais destruídos, características sobre a legislação e as assinaturas dos responsáveis. A coleta é feita a cada três meses, segundo dados do "Relatório de Coleta de Resíduos Químicos".

A Kuhn Veículos deve pagar um valor anual de cerca de R\$ 500,00, descrito no documento "Manifesto para transporte de resíduos" pelos serviços da terceirizada. No documento também consta que todos os anos o contrato pode ser

renovado ou a empresa tem a opção de orçar e optar por outra companhia de destinação.

A empresa Kuhn Veículos ainda possui em seu pátio toldos de plástico instalados com o intuito de proteção dos carros aos efeitos climáticas e para reduzir a necessidade de lavagem e limpeza em geral. Desde sua instalação o consumo de água foi reduzido em cerca de 15% segundo o gestor da empresa, representando um passo pequeno, porém importante de diminuição do uso desse recurso que é uma das grandes preocupações da população atualmente. Os toldos são apresentados na Fotografia 4.

Fotografia 4 – Toldos de plástico



Fonte: Registrada pelo autor.

Todas as fotografias e as informações para o entendimento do funcionamento dos processos adotados atualmente na empresa foram obtidas através da observação feita nas dependências empresariais.

4.5 As Práticas Ambientais de Empresas Semelhantes

As empresas têm sido consideradas ao longo dos anos as principais responsáveis pelo esgotamento de recursos naturais, devido ao uso descontrolado de água e energia elétrica, e o descarte inapropriado de materiais utilizados durante seus processos. Isso acontece porque muitas delas não incorporaram em seus dia-a-dia práticas que tornem seus processos mais responsáveis e que respeitem o meio ambiente. (DIAS, 2009).

Aos poucos, porém, essa visão vem sendo alterada. Já é possível encontrar no mercado algumas empresas, mesmo que poucas, que incorporem práticas ambientais em seus processos. A mudança nos processos dessas empresas recebe influência de fatores como o ambiental, o desenvolvimento de tecnologias, a expansão da tecnologia da informação e a economia de mercado. (ANDRADE; TACHIZAWA; CARVALHO, 2002)

A mudança na visão das empresas, como afirmado por Amato Neto (2017) e Vachon e Klassen (2007), é a chave para que melhorias ocorram. É necessário incorporar novos paradigmas de produção-consumo-descarte, e por isso é importante a adoção de práticas ambientais que racionalizem desperdícios, reaproveitem recursos e reduzam os impactos ambientais, como nas práticas das empresas apresentadas a seguir.

4.5.1 Empresa Alfa

A empresa Alfa possui diversas práticas ambientais e processos empresariais que puderam ser registrados e entendidos através da observação participante, e que são exemplos para empresas que atuam no mesmo ramo ou similares. A busca da empresa por essas práticas segue motivações como a legislação e a pressão exercida pelos stakeholders, e trazem diversos benefícios, indo desde menores custos até a satisfação dos colaboradores no trabalho.

Dentre as práticas que chamam mais atenção estão as placas solares instaladas no prédio da companhia, a separação de todos os insumos usados, como óleos, galões e plásticos, para posterior destinação ou reciclagem e a sala de pintura, que possui design inteligente.

A Fotografia 5 mostra parte das placas solares instaladas no pátio da empresa Alfa. Essas, através da incidência de luz solar, produzem energia elétrica que abastece todo o prédio, fazendo com que, em grande parte do tempo, não seja necessário o uso da energia comum fornecida pela companhia elétrica.

Fotografia 5 – Placas solares



Fonte: Registrada pelo autor.

As placas solares, além de converterem a luz solar em energia elétrica, ainda desempenham a função de toldos, protegendo os carros expostos na parte externa da empresa das condições climáticas, como chuva e sol, que podem atingir e fazer com que a pintura dos veículos sofra alterações.

Além das placas mostradas na fotografia, a empresa ainda conta com outras 4 placas de mesmo perfil instaladas sobre o telhado do prédio. O uso de energia comum só é feito quando as condições climáticas não propiciam a transformação de luz solar em energia, representando grande diminuição nos custos da empresa. A diminuição exata dos custos não foi disponibilizada pela empresa.

Outra prática interessante da empresa Alfa é a separação e destinação apropriado de todos os produtos usados nos processos de reparo mecânico. As áreas de manutenção mecânica contam com diversos tonéis espalhados em pontos estratégicos, cada um com uma finalidade particular.

Na Fotografia 6 apresenta-se o tonel para escoamento do óleo. Neste é feita a separação do recipiente e as sobras de óleo nele contidas. O tonel possui diversos furos em seu fundo, para onde o óleo escorre e é levado à uma parte separada, onde é retirado para a destinação por uma empresa terceirizada. As embalagens vazias são retiradas e descartadas em outra lixeira especial para o seu descarte, como mostrado na Fotografia 7.

Fotografia 6 – Tonel para escorrimento de óleo



Fonte: Registrada pelo autor.

Fotografia 7 – Tonel para descarte de embalagens de óleo

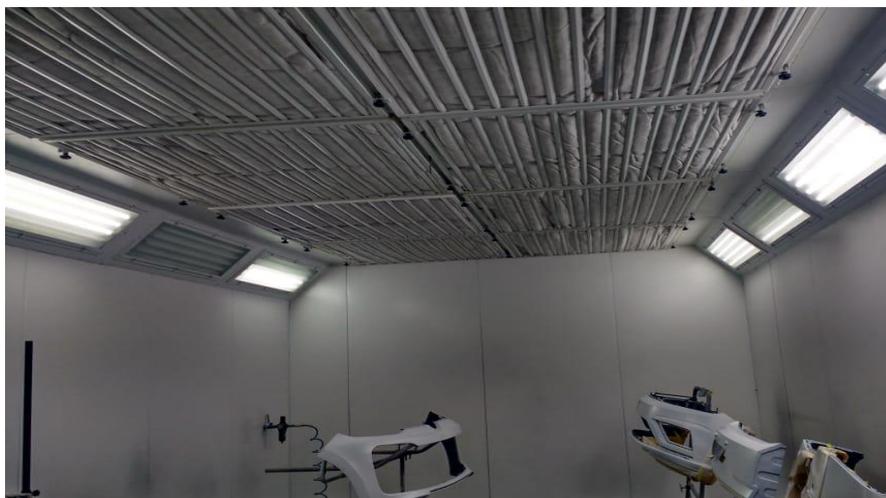


Fonte: Registrada pelo autor.

Embalagens plásticas, papéis, papelões, filtros de óleo, filtros de ar e demais materiais vindos dos serviços feitos pela empresa também são descartados seguindo rigorosa separação e destinação correta.

A estufa de pintura da Alfa possui design inteligente e tecnológico. Nela os colaboradores responsável pela pintura não sofrem nenhum tipo de contato com os produtos químicos e todas as partículas de tinta são filtradas. A Fotografia 8 retrata a parte superior da estufa de pintura e a Fotografia 9 sua parte inferior.

Fotografia 8 – Parte superior da estufa de pintura



Fonte: Registrada pelo autor

Fotografia 9 – Parte inferior da estufa de pintura



Fonte: Registrada pelo autor.

Como é possível observar na Fotografia 9, a estufa possui exaustores em sua parte inferior que puxam o ar com partículas de tinta e às levam aos filtros localizados na parte superior da estufa (Fotografia 8) onde é filtrado e liberado ao meio externo. Os filtros de ar localizados no teto da estufa são feitos a partir de lã de vidro e papel. As tintas usadas pela Alfa nos processos de pintura possuem sua elaboração feita à base de água, sendo menos tóxicas e de melhor purificação nos filtros.

A Alfa ainda possui grande preocupação com o uso eficiente da água. Em seu prédio conta com seis caixas d'água de 15 mil litros, abastecidas com a água da

chuva que é coletada pelas calhas do telhado do prédio, como mostrado na Fotografia 10.

Fotografia 10 – Caixas d'água



Fonte: Registrada pelo autor.

A água armazenada nas caixas é usada para todos os serviços da oficina mecânica, lavagem de carros, limpeza das dependências da empresa e banheiros. O uso da água de rede normal, vinda dos serviços disponibilizados na cidade, é feita muito raramente, normalmente apenas para a higienização, como a lavagem das mãos no banheiro.

Assume-se que a empresa Alfa apresenta, mesmo que de forma implícita, a busca pelo trabalho baseado nas características da Produção mais Limpa. Isso porque toda a organização é mobilizada para alcançar os objetivos de produção ambiental e como benefícios ficam evidentes a melhoria de competitividade, a redução no consumo de insumos, a menor produção de resíduos, a melhoria dos processos e as demais características apresentadas anteriormente. (CNTL, 2003; NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008; YONG, 2016).

Todas as atividades voltadas à preservação ambiental da Alfa são bons exemplos e provavelmente poderiam ser incorporadas na empresa Kuhn Veículos. Hoje a Kuhn Veículos não trabalha com a troca de óleo e terceiriza grande parte desse serviço, porém em uma possível expansão da oficina e das atividades é extremamente importante que se incorpore o uso dos tonéis para o devido escoamento do óleo, descarte dos recipientes e destinação.

Supõe-se que os toldos feitos de placas solares e as caixas d'água sejam os modelos de mudanças mais interessantes para a Kuhn Veículos, uma vez que se

percebe que o gestor possui uma constante preocupação em reduzir o consumo de água e energia elétrica. Os toldos usados atualmente nas dependências da empresa já são positivos por diminuírem o uso de água e de produtos para a limpeza dos carros, porém possuem uma vida útil e papel de utilização muito menor que os toldos feitos de placas solares.

Percebe-se ainda que poderiam ocorrer mudanças na sala de pintura da Kuhn Veículos, uma vez que pode haver o contato da tinta com o responsável pelo processo de pintura. A estufa de pintura da empresa Alfa seria um bom exemplo para inspiração nas mudanças. A exaustão do ar feita na parte inferior do prédio minimiza a contaminação do ar da sala de pintura e possibilita que a atividade seja feita de forma mais segura. A compra de tintas feitas à base de água também seria uma alternativa importante de diminuição de produtos químicos à Kuhn Veículos, uma vez que as tintas usadas atualmente pela empresa são feitas à base de solvente.

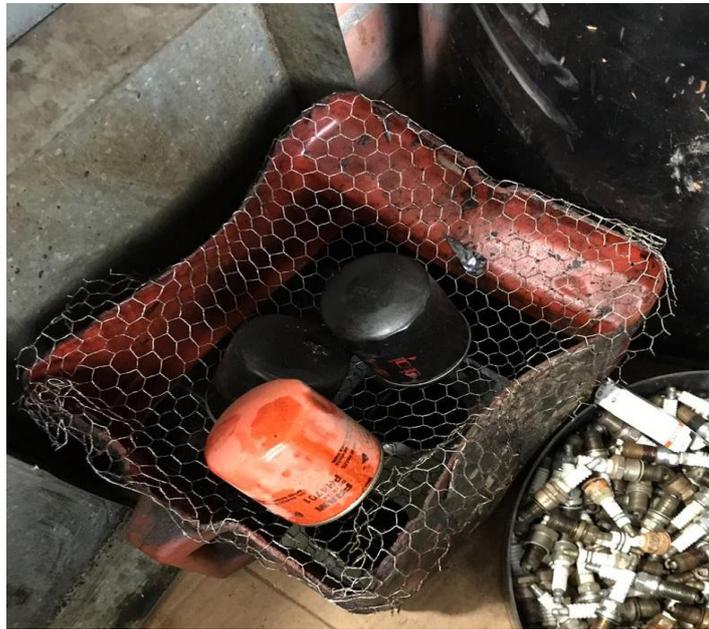
4.5.2 Empresa Beta

Através da observação feita na empresa Beta foi possível identificar uma série de práticas que podem ser consideradas exemplo para outras empresas semelhantes. A busca por parte da Beta pelas práticas que serão apresentadas a seguir segue motivações da legislação, da exigência dos clientes e da percepção do gestor sobre a importância em tomar atitudes que preservem o meio ambiente.

Dentre as práticas ambientais que chamam mais atenção estão a separação de materiais descartados, a separação de resíduos com óleo, o reuso do óleo novo que sobra nas embalagens plásticas, a separação da água e resíduos quando é feita a lavagem do prédio e a busca por produtos com menor uso de produtos químicos e estopas reutilizáveis.

A empresa Beta conta com alguns processos muito similares à empresa Alfa. Para os processos de uso e troca de óleo nos carros a Beta possui locais específicos para esvaziar por completo do recipiente com restos de óleo contaminado, como mostrado na Fotografia 11. Após o escoamento completo os recipientes são descartados em um tonel específico, mostrado na Fotografia 12.

Fotografia 11 – Local para escoamento de óleo contaminado



Fonte: Registrada pelo autor.

Fotografia 12 – Tonéis para descarte de recipientes de óleo

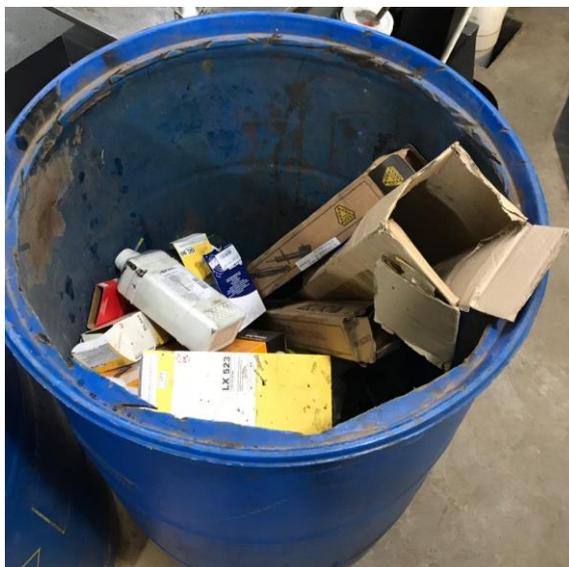


Fonte: Registrada pelo autor.

A empresa ainda conta com locais específicos para a separação de papéis e papelões, velas de ignição, sobras de ferros das manutenções e embalagens de óleo novo. Todas essas recebem o devido cuidado e destinação correta, feita por uma empresa terceirizada responsável. O tonel de separação para papéis e

papelões é apresentado na Fotografia 13 e o tonel para a separação dos ferros é apresentado na Fotografia 14.

Fotografia 13 – Tonel para descarte de papéis e papelões



Fonte: Registrada pelo autor.

Fotografia 14 – Tonel para descarte de ferros



Fonte: Registrada pelo autor.

Ao fazer a troca de óleo em um carro, a empresa possui um processo muito interessante para utilizar os restos de óleo novo que ficam nas embalagens plásticas. Essas são posicionadas em uma espécie de funil, acoplado a um pequeno reservatório, como mostrado no Fotografia 15. O óleo que seria descartado junto às

embalagens escorre para o reservatório e é utilizado posteriormente para pequenas lubrificações e outras atividades ao qual se faz necessário.

Fotografia 15 – Reservatório de óleo novo



Fonte: Registrada pelo autor.

A empresa possui também grande preocupação em adquirir produtos que minimizem as taxas de uso de produtos químicos e a redução de materiais nos processos, como estopas recicláveis e reutilizáveis, shampoos concentrados, solventes orgânicos e produtos feitos à base de água.

Além de todos os cuidados no processo de realização dos serviços mencionados, uma característica do prédio da empresa se mostra importante. Ele possui design inteligente para realizar a limpeza. Por exercer atividades de oficina mecânica e usar constantemente óleos e demais produtos químicos, foram instalados ralos em pontos estratégicos que levam a água e os demais restos de produtos que estão no piso à um reservatório, onde são coletados e separados por uma empresa terceirizada responsável.

Diante do modo de atividade da empresa Beta é possível encontrar ações e práticas que poderiam ser incorporadas na empresa Kuhn Veículos. O design inteligente do prédio, e o processo de compra e busca de materiais junto aos fornecedores da Beta são assumidos como os principais modelos de mudanças. Atualmente a Kuhn Veículos não conta com nenhum cuidado na limpeza de suas instalações, o que pode fazer com que restos de produtos químicos sejam levados

junto à água aos ralos e não sofrerem nenhum tipo de tratamento. A empresa ainda utiliza estopas feitas de algodão, que possibilitam apenas um uso. Com estopas reutilizáveis poderia reduzir custos de compra e colaborar com o meio ambiente.

A Kuhn Veículos também não conta com um tonel específico para o descarte de papéis, papelões e embalagens plásticas, o que poderia ser uma simples e importante mudança a ser feita. Atualmente todos esses materiais são descartados juntos no lixo comum.

4.6 Os Benefícios das Práticas Ambientais para a Empresa

As práticas ambientais, segundo Donaire (2009), são cercadas pelo mito de que representam maiores gastos econômicos, tempo e trabalho, porém como já apresentado no referencial teórico, as mesmas podem trazer resultados positivos muito maiores que seus gastos no médio e longo prazo.

A mentalidade dos proprietários de empresas pode ser um dos fatores considerados barreiras à adoção de práticas ambientais, uma vez que enxergam essas mudanças apenas como custos e não como um fator de resultados. (DIAS, 2009; DONAIRE, 2009). Isso foi verificado com o Entrevistado A ao ser questionado sobre o início da implementação das práticas ambientais na empresa Kuhn Veículos. Ele relata que *“Eu achei que era tudo um ‘mercado de dinheiro’, que o governo só queria tirar dinheiro da gente, como sempre [...]”*.

Os entrevistados das empresas Alfa e Beta, do mesmo modo, em primeiro momento enfrentaram a imposição de incorporação das práticas ambientais como algo que fosse apenas por arrecadação de dinheiro pelos órgãos responsáveis pela lei CONSEMA nº 288 de 2014.

“[...] eu achei que era tudo por dinheiro. Money! Ninguém gosta que cheguem na tua empresa, com um papel escrito ‘notificação’ e que tu tenha três meses pra ajustar as coisas, mesmo eu já tendo várias coisas certinhas do que eles exigiam, fiquei meio bravo”. (ENTREVISTADO BETA).

Com a implementação feita em todas as empresas, todos os entrevistados perceberam que a primeira impressão, de exigência por parte do governo por mudanças apenas movidas pela arrecadação de dinheiro, não era completamente real. As práticas ambientais trazem consigo gastos, mas são percebidos benefícios,

não só econômicos, mas de bem-estar dos funcionários e dos próprios gestores e de reconhecimento pelos stakeholders, como já afirmado por Dias (2009) no referencial teórico.

“Percebi redução nos custos com água logo de cara. Sem falar do bem-estar dos funcionários, principalmente do ‘responsável pela oficina’ que percebo que se sente muito mais seguro. O serviço hoje é realizado com melhor qualidade, acho que por causa do bem-estar ou do sentimento de responsabilidade”. (ENTREVISTADO A).

O sentimento de responsabilidade ambiental citado pelo Entrevistado A e a busca pelo desenvolvimento sustentável pelos funcionários podem ser percebidos no relato do Entrevistado B, o qual demonstra a preocupação com suas ações hoje para que as gerações futuras tenham uma boa qualidade de vida.

“As práticas ajudam muito o meio ambiente, e automaticamente pra nós também... eu sei que estou ajudando, talvez não pra agora, mas futuramente será um ganho. As gerações futuras não merecem sofrer as consequências das nossas ações hoje”. (ENTREVISTADO B).

Essa afirmação é importante e sustentada por Pfitscher (2004) quando afirma que a busca pela sustentabilidade ambiental e pelo desenvolvimento sustentável não se baseia apenas aos grupos e empresas, mas também as ações de cada indivíduo.

Os benefícios percebidos pelos colaboradores da Kuhn Veículos frente à sua própria qualidade de vida são claro. Os relatos apontam que o descarte devido de materiais e o uso adequado dos equipamentos auxilia na saúde e bem-estar no trabalho.

“Pra minha saúde foi muito bom também. Percebi melhoras. O cheiro de Thinner, por exemplo, antes ficava muito forte na oficina por ser descartado de forma indevida, hoje nem sinto, além de auxiliar na limpeza do local de trabalho e o bem-estar”. (ENTREVISTADO B).

Na empresa Alfa os benefícios foram percebidos não só de forma interna, mas também de forma externa. Com os gastos menores devido a utilização correta de insumos, foi possível reduzir o custo dos serviços prestados. Como a empresa precisa trabalhar com preços tabelados, isso resultou em maiores lucros. Além do trabalho ser feito de forma responsável, os ganhos econômicos por volume de

serviço aumentaram consideravelmente com a divulgação das novas práticas nas redes sociais.

“Não fiz as mudanças pra nos promover no Facebook, mas quando postamos nossos cuidados com o meio ambiente várias pessoas vieram nos procurar. Para nós foi super positivo, mais volume de trabalho, menos valor a ser pago, mais lucros”. (ENTREVISTADO ALFA).

A divulgação do modo de trabalho em mídias sociais e principalmente no marketing boca-a-boca também trouxe resultados positivos à Beta. Com seu reconhecimento no mercado local por boas práticas ambientais a empresa pôde aumentar os preços de algumas de suas atividades, sem mencionar a eficiência com que as mesmas acontecem, diminuindo gastos como energia elétrica, redução de tempo, e automaticamente representando maiores lucros.

A empresa Kuhn Veículos, com a inserção de outras práticas ambientais, como as das empresas externas trazidas nesta pesquisa, e sua divulgação, como a feita pela empresa Alfa, poderia ser beneficiada ainda mais pelas práticas ambientais, como na conquista de clientes e o aumento de lucros.

Dessa forma, os benefícios das práticas ambientais citados nas três empresas pesquisadas são apresentados de forma sintetizada no quadro 7, destacando que através da implementação de práticas ambientais é possível reduzir gastos, aumentar o bem-estar dos envolvidos nos processos e obter maior volume de trabalho.

Quadro 7 – Benefícios das práticas ambientais

(continua)

	EMPRESA		
	KUHN VEÍCULOS	ALFA	BETA
BENEFÍCIOS	Menos gastos com insumos	Menos gastos com insumos	Menos gastos com insumos
	Bem-estar dos funcionários	Bem-estar e saúde dos funcionários	Bem-estar dos funcionários
	Saúde dos funcionários	Redução nos custos do serviço prestado	Saúde dos funcionários

(conclusão)

BENEFÍCIOS	KUHN VEÍCULOS	ALFA	BETA
	Reconhecimento dos clientes	Reconhecimento dos clientes	Reconhecimento dos clientes
	Serviços desempenhados com mais qualidade	Maior volume de serviço	Maior volume de serviço
	Comprometimento dos funcionários com o trabalho	Lucros maiores nos serviços prestados	Lucros maiores nos serviços prestados

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.7 A Sustentabilidade Ambiental e a Responsabilidade Socioambiental

A sustentabilidade ambiental, como explicado por Dias (2009) no referencial teórico deste trabalho está baseada nas ações humanas frente às situações do planeta. É ela que pauta os cenários de uso de recursos, de preservação da natureza e do ecossistema. Já a responsabilidade socioambiental, segundo Nascimento, Lemos e Mello (2008), consiste no comprometimento dos empresários com a ética, o desenvolvimento econômico, a qualidade ambiental e o bem geral de seus colaboradores e a comunidade.

As empresas estudadas neste trabalho demonstram, a partir das motivações mencionadas, uma preocupação crescente com as questões ambientais e a incorporação de algumas ações que vão em direção à responsabilidade socioambiental.

A sustentabilidade ambiental na empresa Kuhn Veículos, em particular, se mostra uma preocupação, mesmo que indireta. Na observação participante, feita pelo autor na pesquisa, foi possível observar que todos os funcionários da empresa prezam bastante pelo cuidado com o consumo de água, pela quantidade de recursos gastos, como shampoos, esponjas, óleos e demais materiais, e procuram reaproveitar o que é possível.

Sobre a sustentabilidade ambiental, o Entrevistado A relata que

“Tentamos levar a sustentabilidade ambiental como algo bastante sério, e acho que toda empresa que lida com produtos químicos deveria fazer o

mesmo. Procuramos sempre melhorar, mesmo sendo uma empresa pequena, como nas práticas... antigamente já sabíamos que precisávamos mudar algumas delas, e procurávamos ir melhorando aos poucos. Por causa da lei que nós mudamos bastante de uma vez”.

Na empresa Alfa muitos aspectos da sustentabilidade ambiental são levados como uma das prioridades atualmente, principalmente quando ligados à redução de desperdícios. A empresa sempre contou com cuidados ambientais, mas essa mudança de visão apareceu na empresa principalmente após a imposição da legislação. Os relatos do Entrevistado Alfa mostraram que a maximização de uso e todos os cuidados ambientais são tomados pelos gestores e passados à equipe.

“[...] a maioria dos nossos funcionários não sabem direito o que é a definição de sustentabilidade ambiental, principalmente porque a maioria não cursou o ensino superior e antigamente, nas escolas, não se falava tanto sobre isso, mas vemos todos os dias, e cobramos, que eles aproveitem ao máximo os recursos e poupem. Isso é bom para nossos gastos e também pela visibilidade que nossa empresa ganha”.
(ENTREVISTADO ALFA).

Do mesmo modo, direcionando a atenção à responsabilidade socioambiental na empresa Alfa, além da preocupação com o meio ambiente, há o apoio feito por meio de ajuda a eventos e auxílio financeiro às instituições de caridade nas cidades de Montenegro, Portão e São Sebastião do Caí. Esses auxílios variam em seus prazos, sendo alguns mensais e outros anuais. Na empresa também há caixas para a doação de agasalhos às pessoas com necessidades e para depósitos de tampinhas, que são destinadas à uma organização de cuidados animais. Essas ações caracterizam filantropia, e podem ser um passo inicial para o engajamento em aspectos da responsabilidade social.

Aos questionamentos sobre a responsabilidade socioambiental, os entrevistados da empresa Kuhn Veículos explicaram que, mesmo diante das exigências impostas para a alteração de suas práticas ambientais, nunca deixaram de auxiliar organizações não-governamentais de apoio social e direcionar seus investimentos e atenção ao município onde está inserida e na região onde atua. O Entrevistado B afirma que *“[...] o chefe sempre ajuda algumas ONGs, cada pouco eles ligam pedindo apoio e olha, é difícil ele negar. Acho isso bem legal”.*

O Entrevistado A responsável pela gestão da empresa, quando questionado sobre a responsabilidade socioambiental relata que

“[...] além das melhorias ambientais, também sempre procuramos ajudar os bombeiros voluntários do município, o hospital, uma organização não-governamental chamada AAPECAN de Bento Gonçalves que é uma associação de apoio a pessoas com câncer, também a Legião da Boa Vontade que é uma entidade de assistência social. Além disso costumamos direcionar os nossos investimentos no comércio local, o que ajuda nosso município a crescer [...]”.

Isso demonstra que além da responsabilidade ambiental, a empresa ainda se preocupa, mesmo que de forma simples, com aspectos sociais e o auxílio a instituições de apoio, mesmo que de forma não regular, aspectos importantes segundo Nascimento, Lemos e Mello (2008) para que haja o desenvolvimento econômico, e ao mesmo tempo a melhoria da qualidade ambiental e qualidade de vida das pessoas e comunidades como um todo.

Todas essas ações, ligadas à sustentabilidade ambiental e responsabilidade socioambiental aparecem na empresa não como estratégias prioritárias, mas como complementares. São definidas pelos Entrevistados A e B, também, tanto como corretivas, quanto preventivas. Isso significa que essas ações fazem parte de estratégias secundárias, e pode possuir caráter tanto de antecipação às exigências recebidas, quanto de resposta a elas.

Na empresa Beta a sustentabilidade ambiental e a responsabilidade socioambiental se mostram como partes integrantes da rotina empresarial. O Entrevistado Beta afirma que *“[...] é exigência de todas as coisas que tem ao nosso redor. A gente precisa cuidar do nosso trabalho porque somos uma oficina”*. A empresa auxilia anualmente uma organização não-governamental e procura focar seus investimentos no município onde está instalada, porém direciona seus esforços nos cuidados ambientais, desde o fornecedor até o cliente final.

Os entrevistados das empresas Alfa e Beta relatam que as atividades voltadas à sustentabilidade ambiental e a responsabilidade socioambiental possuem postura preventiva e corretiva, dependendo do momento e atividade. Isso significa que, além de responder às influências que recebe para adaptar suas ações, as empresas ainda se antecipam, criando melhorias antecipadamente. Na empresa Alfa ambos aspectos fazem parte de estratégias complementares, e na empresa Beta a sustentabilidade ambiental faz parte da estratégia principal e a responsabilidade socioambiental de estratégias complementares.

Os fatores de sustentabilidade ambiental e responsabilidade socioambiental tratados neste tópico estão sintetizados no Quadro 8, apresentando suas principais características para cada empresa estudada. Podemos deduzir, portanto, que mesmo que de forma direta ou indireta as empresas se preocupam em algum momento com as questões ligadas aos assuntos discutidos nesse tópico.

Quadro 8 – Sustentabilidade Ambiental e Responsabilidade Socioambiental

Visão Empresa	Sustentabilidade Ambiental	Responsabilidade Socioambiental
Kuhn Veículos	Preocupação indireta	Preocupação indireta
	Estratégias complementares	Estratégias complementares
	Ações corretivas	Ações corretivas
	Ações preventivas	Ações preventivas
Alfa	Preocupação direta	Preocupação direta
	Estratégias complementares	Estratégias complementares
	Ações corretivas	Ações corretivas
	Ações preventivas	Ações preventivas
Beta	Preocupação direta	Preocupação indireta
	Estratégia prioritária	Estratégias complementares
	Ações corretivas	Ações corretivas
	Ações preventivas	Ações preventivas

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.8 A Conscientização Ambiental e os Colaboradores

As questões ambientais, como o desenvolvimento sustentável, a sustentabilidade ambiental e a responsabilidade socioambiental, não se limitam apenas às ações isoladas, mas devem estar presentes no dia-a-dia das pessoas. As instituições de educação e as empresas precisam levar as populações à discussão frente às problemáticas ambientais e a responsabilidade de cada indivíduo. (PFITSCHER, 2004).

No meio corporativo as pessoas podem ser o maior facilitador ou a pior barreira para que os processos de mudança aconteçam de forma positiva, ainda mais quando esse processo está ligado às atividades que os colaboradores desempenham. É extremamente importante que os trabalhadores estejam

engajados nos processos de mudança e conheçam sua importância para que resultados sejam alcançados. (DONAIRE, 2009; SOUZA; BRUNO-FARIA, 2013).

Nas entrevistas feitas nesta pesquisa foi relatado, com unanimidade, que todos os respondentes consideram a conscientização ambiental um fator muito importante, não só no meio empresarial, mas nas escolas, nas casas, na mídia e todos os meios disponíveis. O Entrevistado A afirma que *“Nossa época exige isso, o mundo do jeito que está exige novas ações”*.

No ambiente organizacional, em particular, é percebido pela amostra pesquisada que muitas empresas, mesmo diante da situação ambiental à qual se vive, ainda não demonstram devida preocupação com as questões ambientais.

“Vejo muitas empresas ainda ‘nem aí’ pros cuidados com o meio ambiente e os funcionários. Dizem que cuidam, mas a gente sabe que não. Ainda nem sei como conseguem trabalhar assim. Em algum momento eles vão ter que mudar, seja por conta deles mesmos ou por obrigação”. (ENTREVISTADO B).

Isso é confirmado por Nascimento, Lemos e Mello (2008) quando colocam que muitos dos problemas ambientais são resultados da ação humana, mas poucos são assumidos como sua responsabilidade. As empresas por muito tempo têm sido consideradas as vilãs da causa ambiental e muitas delas não se empenham em reverter essa situação.

Diante desse cenário, é percebido o papel importante da conscientização no meio organizacional, pois, como colocado Barbieri (2007), as empresas devem mudar sua forma de gestão para responderem às exigências do público com a qual interagem e se manterem competitivas no mercado.

Os entrevistados da Kuhn Veículos percebem que as empresas deveriam ser as precursoras em adotar uma postura diferenciada e trabalhar a conscientização ambiental, principalmente as de porte médio e grande, pois possuem maior visibilidade no mercado, um número mais expressivo de colaboradores e maior uso de materiais em seus processos.

“As empresas deveriam ser precursoras desse ponto, principalmente as grandes porque tem muito mais volume... clientes, vendas, funcionários. Nós, como pequena empresa já nos preocupamos com isso porque acredito que boas ações geram boas ações”. (ENTREVISTADO A).

Muitas das empresas evitam começar mudanças voltadas à sustentabilidade ambiental justamente pelo fato de que seus colaboradores podem apresentar atitudes de resistência ou por falsas crenças, como a de grandes gastos, que circulam esse cenário. (DONAIRE, 2009; SOUZA E BRUNO-FARIA 2013). O Entrevistado B, em seus relatos demonstra que no início se sentiu um pouco resistente e até assustado, mas que logo percebeu os benefícios que as novas práticas traziam ao seu trabalho.

“No início as mudanças até foram ruins para mim e até fiquei assustado. Tive que mudar tudo, me organizar muito mais, me exigiu mais trabalho e atenção, mas hoje percebo que é muito bom. No início eu achava que era tudo por dinheiro dos outros, de quem exigia as mudanças de nós e de quem tínhamos que pagar, mas hoje vejo o quão importante é”. (ENTREVISTADO B).

Um aspecto importante da conscientização, segundo Donaire (2009), é que em grande parte dos casos ela surte efeitos positivos também fora das dependências empresariais. O consumo menor de água e energia, a separação e a destinação correto do lixo de cozinha, são exemplos claros de ações que podem ser tomadas pelas pessoas que participam de iniciativas de conscientização ambiental.

O Entrevistado B afirma que após a implementação das novas práticas na empresa e seu entendimento melhor sobre a importância das questões ambientais, surgiram novos hábitos e preocupações em seu dia-a-dia em casa.

“Questões como a separação de lixo hoje é um costume em casa. A separação do lixo seco e orgânico, a destinação correta do óleo de cozinha que sempre tínhamos como fazer, mas por preguiça não fazíamos, hoje o caminhão de lixo do município recolhe os vidros e destina a um lugar correto. Todas essas mudanças no meu dia-a-dia em casa começaram por conta das mudanças na empresa”. (ENTREVISTADO B).

O Entrevistado Alfa relata que muito dos funcionários de sua empresa já afirmaram terem mudado muitos de seus hábitos por conta das mudanças na empresa ao longo do tempo. Ele diz que “[...] muito disso aconteceu depois de um curso sobre meio ambiente que fizemos com grande parte dos colaboradores [...]”. Acredita-se, segundo o Entrevistado Alfa, que a conscientização é uma chave para que o trabalho seja feito de melhor forma, com mais atenção e maiores cuidados, evitando desperdícios, desorganização e ganhando tempo.

A grande atenção dos colaboradores frente às colocações do Entrevistado Alfa pôde ser confirmada através da observação feita pelo pesquisador. Na empresa há grandes cuidados com a separação correta dos resíduos e a redução de desperdícios. A empresa possui latões e outros recipientes para o descarte de materiais em pontos estratégicos, facilitando esse processo.

A ferramenta de apoio para trabalhar a conscientização junto aos colaboradores da empresa Kuhn Veículos foi a Pegada Ecológica. Essa, segundo Guimarães e Feichas (2009), possui grande grau educativo por relacionar a sociedade e os efeitos de seus hábitos sobre o meio ambiente. Durante as entrevistas, o Entrevistado A e o Entrevistado B realizaram o teste online de Pegada Ecológica para avaliarem seus hábitos de consumo e para que fosse possível abordar a conscientização ambiental de forma prática na pesquisa.

A Pegada Ecológica, de forma resumida, mostra quantos recursos são necessários para sustentar os hábitos de consumo de uma população ou indivíduo. Ela engloba questões sociais, econômicas e institucionais, sendo uma aliada poderosa às empresas no trabalho da conscientização ambiental e no aumento da participação e motivação dos colaboradores diante da implementação de novas práticas ambientais. (CERVI; CARVALHO, 2007; GONZALEZ; ANDRADE, 2015).

Diversos testes de Pegada Ecológica estão disponíveis em plataformas online. Para esta pesquisa utilizou-se do teste disponível no site do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais – INPE ([2018?]), por apresentar layout claro, perguntas objetivas e ser de fonte confiável.

No teste são contempladas questões pessoais sobre o respondente, como idade e gênero, estado civil, cidade, escolaridade, renda familiar, hábitos de consumo como o de carne vermelha e frutos do mar, procedência dos alimentos consumidos, uso de eletrodomésticos e equipamentos eletrônicos, consumo de água e energia elétrica, e questões como o descarte de lixo e meio de transporte mais utilizado, dentre outras questões.

Ao aplicar o teste com os entrevistados da empresa Kuhn Veículos obteve-se como resultado que, se toda a população do planeta adotasse os mesmos hábitos diários e o estilo de vida que o Entrevistado A, seriam necessários três planetas Terra para suprir as necessidades da humanidade e para o Entrevistado B seriam necessários dois planetas Terra. Esse resultado mostra que, mesmo com diversos

cuidados diário frente à sustentabilidade ambiental, muitas mudanças ainda são necessárias para que o estilo de vida dos entrevistados seja considerado bom.

Feito o teste, frente ao questionamento sobre sentimento dos entrevistados diante do resultado, ambos demonstraram surpresa e preocupação com a questão ambiental e seus hábitos diários.

“Mesmo com tantas mudanças que já adotei, vejo que ainda tenho muito a fazer. Alguns hábitos que nem percebia que prejudicavam o meio ambiente fazem toda diferença. É bom fazer esses testes pra gente ficar mais atento sobre nossas ações”. (ENTREVISTADO A).

“[...] fiquei surpreso com o resultado. Nunca tinha ouvido falar desse teste. É muito interessante, todo mundo deveria fazer pra ver como uma pessoa e os hábitos podem impactar toda a população. Dois planetas se todo mundo agisse como eu é muito [...]” (ENTREVISTADO B).

É interessante, portanto, que a conscientização ambiental esteja aliada às mudanças de práticas nas empresas quando essas vão ao encontro da preservação do meio ambiente. Na Kuhn Veículos o gestor vê a possibilidade de realização de cursos e demais atividades que ampliem ainda mais sua visão sobre a preservação ambiental e a adoção de práticas ambientais.

Com a apresentação e análise de todos os resultados obtidos nesta pesquisa, no capítulo seguinte serão realizadas as considerações finais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A visão de que a sustentabilidade ambiental deve estar presente nas empresas é relativamente nova. Ela começou a ganhar maiores proporções a partir do século XX e hoje é amplamente debatida no meio acadêmico e empresarial, tendo em vista as normas e regulamentos que circulam as ações das empresas, com punições diversas e multas para as organizações que não regularizam suas atividades. (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008; PEARSON, 2011).

Pelo fato de as pequenas e microempresas não possuírem uma frequência e um volume tão frequente de atividades que prejudiquem de forma ampla o meio ambiente, muitas vezes acabam por ignorar a possibilidade de incorporar novas práticas ligadas à preservação ambiental e esquecem que essas podem ser um diferencial para alcançar mais clientes na região onde atuam. (KINLAW, 1997).

Mudanças nos processos empresariais, segundo Donaire (2009), necessitam de investimentos, mas os mesmos podem trazer benefícios econômicos e não econômicos em curto ou médio prazo, invalidando a falsa afirmação de que as práticas ambientais representam somente um grande investimento financeiro.

Quando uma empresa decide implementar novas práticas em seu cotidiano, os envolvidos nos processos de mudanças podem apresentar comportamentos de resistência, principalmente pelo receio à inovação, carência de conhecimentos, habilidades e atitudes, fatores que devem ser trabalhados pelas organizações desde muito cedo com o auxílio de ferramentas, como a conscientização. (DONAIRE, 2009; SOUZA; BRUNO-FARIA, 2013).

A empresa Kuhn Veículos, que é foco de estudo dessa pesquisa, antes das práticas ambientais incorporadas atualmente, contava com pequenos cuidados com a sustentabilidade ambiental, como tonéis específicos para o descarte de alguns materiais. Essa falta de atenção às práticas ambientais era motivada pela percepção de que a destinação dos materiais não era feita de forma correta pela empresa responsável, misturando novamente todos os materiais descartados.

Como principal motivadora das práticas ambientais adotadas na Kuhn Veículos atualmente foi citada a legislação, principalmente a resolução CONSEMA nº 288 de 2014, assim como nas empresas externas pesquisadas. Dentre outros fatores citados pelas empresas como motivadores estão a preocupação com o bem-

estar dos funcionários, a pressão dos stakeholders, a concorrência e a responsabilidade socioambiental dos próprios gestores.

A partir das motivações recebidas e descritas no capítulo de resultados, surgiu a necessidade de alteração e a implementação de algumas práticas ambientais na empresa. Como principais práticas ambientais introduzidas aparecem a instalação do filtro de ar da sala de pintura e os locais próprios para o depósito de produtos contaminados e resíduos. Essas alterações fizeram com que a empresa percebesse que as práticas ambientais poderiam trazer benefícios diversos, que passam pela economia financeira e bem-estar dos colaboradores.

Foi possível perceber na pesquisa que há no mercado empresas, mesmo que poucas, que podem ter exemplos e serem inspiração para a busca por práticas ambientais. Há diversas opções de exercer as atividades e melhorar as instalações empresariais para torná-las mais sustentáveis em aspectos ambientais.

As empresas Alfa e Beta se mostram importantes fontes de inspiração para empresas de setores similares, portanto também para a Kuhn Veículos. Ambas possuem uma visão a frente da maior parte de sua concorrência e assumem práticas que vão desde os cuidados com a poluição até o aumento da eficiência dos seus serviços e o uso de recursos sustentáveis como a energia solar.

Questões como a sustentabilidade ambiental e a responsabilidade socioambiental estão presentes em todas as empresas pesquisadas, mesmo que muitas vezes de forma indireta. Em todas elas, também é possível perceber que muitas das incorporações de práticas ambientais e postura socioambiental se mostram como atividades tanto corretivas, que buscam solucionar um problema, quanto preventivas, que antecipam alguma exigência imposta ou problema futuro.

Na Kuhn veículos há a preocupação constante com as questões ambientais, principalmente pelos cuidados com o uso de recursos e, atualmente, a preocupação em se adequar às exigências que recebe para adotar uma postura responsável. Nas empresas externas, como a Alfa é possível perceber que há a preocupação direta com questões ambientais e socioambiental, buscando atividades que propiciem a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento social. Na Beta a preocupação com a sustentabilidade ambiental e a responsabilidade voltada ao fator ambiental se mostra muito mais fortes do que com a responsabilidade social, principalmente pelo fato da empresa ser conhecida por seus cuidados com o meio ambiente e suas atividades ambientalmente responsáveis.

Ao ser imposta a introdução de práticas ambientais nas empresas pela legislação, foi unânime o pensamento inicial de que elas só representavam gastos e a arrecadação de dinheiro pelos órgãos responsáveis. Essa visão começou a ser mudada uma vez que diversos benefícios começaram a surgir, como o bem-estar dos colaboradores e o reconhecimento de mercado.

Os principais benefícios da introdução de práticas ambientais para a Kuhn Veículos, relatados na pesquisa, foram os menores gastos com insumos, pelo racionamento e uso adequado, o bem-estar e saúde dos envolvidos nos processos empresariais, o reconhecimento no mercado, o comprometimento dos colaboradores e o aumento na qualidade dos serviços.

A conscientização ambiental se mostra uma aliada muito poderosa ao engajamento dos colaboradores de uma empresa nas questões ambientais. Mesmo sem o uso direto de uma ferramenta específica para trabalhá-la, é possível perceber que a introdução de práticas ambientais já se mostra um fator que faz com que as preocupações com a preservação ambiental e uso adequado de recursos surja.

É claro que o processo de introdução de práticas ambientais pode trazer atitudes de resistência. Nesses casos é importante contar com ferramentas de apoio à conscientização ambiental, como a pegada ecológica. Com ela há a imediata percepção do aumento da preocupação com as questões ambientais pelos envolvidos. Mesmo que sejam tomadas ações de uso adequado de recursos naturais, descarte correto de resíduos, ainda há um grande número de atitudes que devem ser adequadas para que mais pontos da preservação ambiental sejam alcançados.

Existem, portanto, no mercado diversos exemplos de práticas ambientais que podem ser incorporadas por empresas que buscam uma postura responsável frente ao meio ambiente. As empresas externas trazidas nessa pesquisa podem servir como inspiração para a Kuhn Veículos por possuírem processos e atividades que racionalizem desperdícios, reaproveitem recursos, diminuam o uso de produtos químicos e a poluição, e ainda tragam lucros.

Todas as atividades e práticas das empresas externas mostradas ao longo deste trabalho podem ser incorporadas em algum momento pela empresa Kuhn Veículos, uma vez que pertencem às mesmas áreas em que a empresa trabalha e podem ser utilizadas nos processos. Grande parte delas ainda contêm aspectos de

melhorias às práticas ambientais com as quais a Kuhn Veículos já trabalha, como os toldos, os locais para depósito de resíduos e as melhorias na sala de pintura.

Assume-se, ainda, que a empresa Kuhn Veículos poderia adotar ferramentas para aprimorar ainda mais suas práticas ambientais e expandi-las aos aspectos sociais. Uma ferramenta a ser usada é a The Natural Step, por buscar melhorias incrementais, sem precedentes e aliar a colaboração, o entendimento do conceito de sustentabilidade e a análise dos impactos das ações empresariais no meio ambiente e sociedade, buscando por melhorias. Outra ferramenta seria a Produção mais Limpa, por melhorar a eficiência dos recursos, diminuir desperdícios e a degradação ambiental através da integração de diversos fatores ligados à empresa e seus setores organizacionais.

Como benefícios das práticas ambientais, portanto, são identificados o bem-estar e saúde dos envolvidos nos processos, o maior envolvimento dos colaboradores no trabalho, redução de custos com água e energia elétrica, redução nos custos com insumos, reconhecimento pelos clientes e no mercado, aumento no volume de serviços, e lucros. Todos esses benefícios podem ser potencializados pela implementação de práticas ambientais que tornem os processos empresariais mais completos e enxutos, reduzindo ainda mais a perda de materiais e tempo.

As principais limitações do estudo estão associadas ao acesso às informações nas empresas estudadas, como os valores pagos para a introdução de práticas ambientais e comparação entre gastos e ganhos após a incorporação das mesmas. Por esse motivo não foram trabalhados valores financeiros de lucro ou prejuízo vindos da introdução das práticas ambientais nesta pesquisa.

A identificação de empresas que podem ser consideradas exemplos na incorporação de práticas ambientais dos setores mecânicos e de revenda de automóveis também é um desafio aos pesquisadores dessa área. Apesar das inúmeras motivações que o mercado e a sociedade produzem, ainda são poucas as empresas nestes ramos que incorporam práticas ambientais de forma completa em seus processos.

Nesta pesquisa foram focados apenas aspectos ambientais da sustentabilidade. Como sugestão para pesquisas futuras, sugere-se aprofundar e ampliar a visão de sustentabilidade social nas empresas estudadas, seus aspectos de engajamento com a comunidade e principais motivações, e ainda os benefícios trazidos pela responsabilidade social.

Sabendo-se também que a Kuhn Veículos estando situada em um município que apresenta taxas de crescimento constantes, há a possibilidade de a empresa se expandir e criar filiais na mesma cidade ou em cidades vizinhas. Por isso sugere-se que em estudos futuros sejam aprofundadas as questões de gestão ambiental e certificações ambientais. Acredita-se que com elas a empresa pode alcançar ainda mais visibilidade no mercado e continuar trabalhando de forma responsável.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, José de Lima et al. **Gestão ambiental e responsabilidade social**: conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Atlas, 2009.
- ALIGLERI, Lilian; ALIGLERI, Luiz Antonio; KRUGLIANSKAS, Isak. **Gestão socioambiental**: responsabilidade e sustentabilidade do negócio. São Paulo: Atlas, 2009.
- ALLEDI FILHO, Cid; MARQUES, Vânia de Lourdes. **Responsabilidade Social** - conceitos e práticas. São Paulo: Atlas, 2012.
- AMATO NETO, João. **A era do ecobusiness**: Criando negócios sustentáveis. São Paulo: Manole, 2015. Disponível em: <<http://unisinos.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788520439647/pages/1>>. Acesso em: 24 nov. 2017.
- ANDRADE, Rui Otavio Bernardes de; TACHIZAWA, Takeshy; CARVALHO, Ana Barreiros de. Gestão Ambiental no contexto das organizações. In: ANDRADE, Rui Otavio Bernardes de; TACHIZAWA, Takeshy; CARVALHO, Ana Barreiros de (Org.). **Gestão Ambiental**: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável. 2. ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002. p. 89-121.
- BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável**: da teoria à prática. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Persona, 1995.
- BENITES, Lira Luz Lazaro; POLO, Edison Fernandes. A Sustentabilidade como Ferramenta Estratégica Empresarial: Governança Corporativa e Aplicação do Triple Bottom Line na Masisa. **Revista de Administração da UFSM - REA**, Santa Maria, v. 6, p. 827-841, mai. 2013.
- BOGO, Janice Mileni. **O mecanismo de desenvolvimento limpo no Estado de Santa Catarina e sua contribuição para o desenvolvimento sustentável local**. 2012. 424 f. Tese (Doutorado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.
- BORGER, Fernanda Gabriela. Responsabilidade corporativa: a dimensão ética, social e ambiental na gestão das organizações. In: VILELA JUNIOR, Alcir; DEMAJOROVIC, Jacques (Org.). **Modelos e Ferramentas de Gestão Ambiental**: desafios e perspectivas para as organizações. São Paulo: Senac, 2006, p. 13-40.
- BRADBURY, Hilary; CLAIR, Judith. Promoting sustainable organizations with Sweden's Natural Step. **Academy of Management Executive**, Boston, v. 13, n. 4, p.

63-74, 1999. Disponível em:

<<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=b9d03970-4662-4ec5-a757-89d52a13e2b1%40sessionmgr4006>>. Acesso em: 07 jun. 2018.

CEBDS (CENTRO EMPRESARIAL PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL). **O que é desenvolvimento sustentável?**. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: < <http://cebds.org/blog/desenvolvimento-sustentavel/#.W-jT2NVKjIV>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

CELLA DE OLIVEIRA, Flavio Augusto; TAKAHASHI, Adriana Roseli Wunsch. Alinhamento entre racionalidade substantiva e sustentabilidade organizacional social. **Organizações e Sustentabilidade**, Londrina, v. 2, n.1, p 26-57, 2014.

CENTRO NACIONAL DE TECNOLOGIAS LIMPAS (CNTL). **Meio ambiente e a pequena e microempresa**: módulo 1 - Curso de Formação de Consultores em Produção mais Limpa. Porto Alegre: CNTL, 2003.

CERVI, Jaison Luís; CARVALHO, Paulo Gonzaga Mibielli. Pegada Ecológica: breve panorama do estado das artes do indicador de sustentabilidade no Brasil. In: VII ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA ECOLÓGICA, 7., 2007, Fortaleza. **Anais eletrônicos...** Fortaleza: UNIFOR, 2007. Disponível em: <<http://www.cchla.ufrn.br/geoesp/arquivos/artigos/ArtigoAmbienteImpactos2.pdf>> Acesso em: 08 jun. 2018.

CONSELHO ESTADUAL DO MEIO AMBIENTE (CONSEMA). **Resolução RE nº 288, de 2 de outubro de 2014**. Atualiza e define as tipologias que causam ou podem causar impacto de âmbito local, para o exercício de competência Municipal para o licenciamento ambiental no Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.sema.rs.gov.br/upload/arquivos/201708/09134904-288-2014-consolidada-resolucao-final-da-102.pdf>>. Acesso em: 06 jun. 2018.

DEMAJOROVIC, Jacques. **Sociedade de risco e responsabilidade socioambiental**: perspectivas para a educação corporativa. São Paulo: Senac, 2006.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental**: Responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2009.

DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**: métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Administração de organizações sem fins lucrativos**: princípios e prática. São Paulo: Pioneira, 1997.

DYLLICK, Thomas; HOCKERTS, Kai. Beyond the business case for corporate sustainability. **Business Strategy and the Environment**, Nova York, p. 130-141, 2002.

ECYCLE. **Poluição química**: o que é, agentes e consequências ambientais. [Sl.], [2018?]. Disponível em: < <https://www.ecycle.com.br/3268-poluicao-quimica.html>>. Acesso em: 10 nov. 2018.

FUNDAÇÃO BRADESCO. **Meio ambiente**: cultura, política e sociedade. Osasco: Fundação Bradesco, 2014.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 22-27.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONZALES, Marcos Henrique Godoi; ANDRADE, Daniel Caixeta. A sustentabilidade ecológica do consumo em Minas Gerais: uma aplicação do método da pegada ecológica. **Nova economia**, Belo Horizonte, vol. 25, n. 2, 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-63512015000200421&lng=en&tlng=en#?>. Acesso em: 14 jun. 2018.

GUEVARA, Arnaldo José de Hoyos et al. **Consciência e desenvolvimento sustentável nas organizações**: Reflexões sobre um dos maiores desafios da nossa época. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GUIMARÃES, Roberto Pereira; FEICHAS, Susana Arcangela Quacchia. Desafios na construção de indicadores de sustentabilidade. **Ambiente & Sociedade**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 307-323, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-753X2009000200007&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 01 jun. 2018.

HAIR JR., Joseph et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa de administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HOANG, Viet-Ngu. Analysis of resource efficiency: A production frontier approach. **Journal of Environmental Management**, Brisbane, v. 137, p. 128-136, 2014. Disponível em: <<https://eprints.qut.edu.au/78085/4/78085.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE**: Brasil: Rio Grande do Sul: Montenegro: Panorama. Rio Grande do Sul, 2018a. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/montenegro/panorama>>. Acesso em: 22 out. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE**: Brasil: Rio Grande do Sul: Salvador do Sul: Panorama. Rio Grande do Sul, 2018b. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/salvador-do-sul/panorama>>. Acesso em: 06 set. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE**: Brasil: Rio Grande do Sul: São Pedro da Serra: Panorama. Rio Grande do Sul, 2018c. Rio

de Janeiro, 2018. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/sao-pedro-da-serra/panorama>>. Acesso em: 22 out. 2018.

INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISA (INPE). **Teste sua pegada ecológica**. São José dos Campos, [2018?]. Disponível em: <<http://www.suapegadaecologica.com.br/>>. Acesso em: 08 nov. 2018.

JACOBI, Pedro. Educação ambiental, cidadania e sustentabilidade. **Cadernos de pesquisa**, São Paulo, n. 118, p. 189-205, mar. 2003.

KINLAW, Dennis C. **Empresa competitiva e ecológica**: Desempenho sustentado na era ambiental. São Paulo: Makron Books, 1997.

KOHN, Ricardo. **Ambiente e sustentabilidade**: metodologias para gestão. Rio de Janeiro: LTC, 2015. Disponível em: <<http://unisinovs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788520439647/pages/1>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LEFF, Enrique. **Epistemologia ambiental**. São Paulo: Cortez, 2001.

MAGNAGO, Priscila Flores. **Produção mais Limpa**: Uma análise de seus métodos e formas de implementação. 2013. 79 f. Monografia (Especialização) - Curso de Engenharia Ambiental, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

MAIMON, Dalia. **Passaporte verde**: gestão ambiental e competitividade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

MELLO, Mario Fernando de; MELLO, Arthur Zago de. An analysis of the practices of social responsibility and sustainability as strategies for industrial companies in the furniture sector: a case study. **Gestão e produção**, São Carlos, vol. 25, n. 1, 2017.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 1994.

NASCIMENTO, Luis Felipe. **Gestão ambiental e sustentabilidade**. Florianópolis: UAB, 2012.

NASCIMENTO, Luis Felipe; LEMOS, Ângela Denise da Cunha; MELLO, Maria Celina Abreu de. **Gestão socioambiental estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

NAVES, Camilla Ceylão Daher; RECINE, Elisabetta. A atuação profissional do nutricionista no contexto da sustentabilidade. **Demetra**: alimentação, nutrição e saúde, Brasília, v. 9, n. 1, p. 121-136, 2014.

ONU NO BRASIL. **Conferências de meio ambiente e desenvolvimento sustentável**: um miniguia da ONU. Brasília, maio 2017. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/conferencias-de-meio-ambiente-e-desenvolvimento-sustentavel-miniguia-da-onu/>. Acesso em: 24 maio 2018.

PEARSON, Education do Brasil. **Gestão ambiental**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PFITSCHER, Elisete Dahmer. **Gestão e sustentabilidade através da contabilidade e controladoria ambiental**: estudo de caso na cadeia produtiva de arroz ecológico. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em: <http://nemas.paginas.ufsc.br/files/2012/12/Tese-de-Doutorado-1-teseelisete.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2018.

RABELO, Laudemira. **Indicadores de Sustentabilidade**: a possibilidade do desenvolvimento sustentável. Fortaleza: Prodema, UFC, 2008.

REES, William E. Ecological footprints and appropriated carrying capacity: what urban economics leaves out. **Environment and urbanization**, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 121-130, 1992.

REIS, Carlos Nelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade Social das Empresas e Balanço Social**: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social. São Paulo: Atlas, 2007.

RIBEIRO, Maurício Andrés. Aspectos éticos e políticos da atual crise de biodiversidade. In: GANEM, Roseli Senna (Org.). **Conservação da biodiversidade**: legislação e políticas públicas. Brasília: Edições Câmara, 2010. p. 47-73.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

RUSCHEINSKY, Aloisio. **Sustentabilidade**: uma paixão em movimento. Porto Alegre: Sulina, 2004.

SACCOL, Amarolinda et al. **Metodologia de pesquisa em administração**: uma abordagem prática. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento includente, sustentável e sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. **Gestão Organizacional**: estratégica para o desenvolvimento sustentável. Itajaí: Univale, 2000.

SEBRAE. **Critérios de classificação de empresas** : MEI - ME - EPP. Santa Catarina, [2018?]. Disponível em: <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>. Acesso em: 23 set. 2018.

SEN, Amartya Kumar. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

SICHE, Raúl et al. Índices versus indicadores: precisões conceituais na discussão da sustentabilidade de países. **Ambiente & Sociedade**, [S.l.], v. 10, n. 2, p.137-148, 2007.

SILVA TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

SILVEIRA, Alexandre Di Miceli da. **Governança corporativa no Brasil e no mundo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SOUZA, Jonilto Costa; BRUNO-FARIA, Maria de Fátima. Processo de inovação no contexto organizacional: uma análise de facilitadores e dificultadores. **Brazilian Business Review**, Vitória, v. 10, n. 3, p. 113-136, 2013.

SOUZA, Nali de Jesus de. **Desenvolvimento econômico**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio; KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade e gestão ambiental**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

VACHON, Stephan; KLASSEN, Robert D. Supply chain management and environmental technologies: the role of integration. **International Journal of Production Research**, [S.l.], vol. 45, n. 2, p. 401-423, 2007. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00207540600597781>>. Acesso em: 26 abr. 2018.

VAN BERKEL, Rene. Cleaner production and eco-efficiency initiatives in Western Australia. **Journal of Cleaner Production**, [S.l.], v. 15, p. 741-755, 2007. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652606002265>>. Acesso em: 16 maio 2018.

WACKERNAGEL, Mathias et al. National natural capital accounting with the ecological footprint concept. **Ecological Economics**, Xalapa, v. 29, 375-390, 1999.

WORLDWATCH INSTITUTE (WWI). **Will population growth end in this century?** Washington, Dec. 2014. Disponível em: <<http://www.worldwatch.org.br/sobre.html>>. Acesso em: 10 maio 2018.

WWF BRASIL. **Pegada ecológica? O que é isso?** Brasília, [2018?]. Disponível em: <https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/pegada_ecologica/o_que_e_pegada_ecologica/>. Acesso em: 20 maio 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

YONG, Jun Yow et al. Cleaner energy for cleaner production: modelling, simulation, optimization and waste management. **Journal of Cleaner Production**, [S.l.], v. 111, p.1-16, 2016.

YUSUP, Muhamad Zaki et al. The influence factor for the successful implementation of cleaner production: a review. **Journal Teknologi**, v. 67, n. 1, p. 89-97, 2014.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS INTERNAS

(continua)

Objetivos específicos	Autores	Perguntas
<p>Descrever o modo de trabalho da empresa antes da incorporação e as motivações para a introdução das práticas ambientais já incorporadas.</p>	<p>Barbieri (2007) Bogo (2012) Dias (2009) Donaire (2009) Jacobi (2003) Ribeiro (2010)</p>	<p>Como você descreveria os procedimentos de uso e descarte de materiais e resíduos utilizados nos processos antes da incorporação das práticas ambientais atuais?</p> <p>O que motivou a empresa à incorporação das práticas ambientais utilizadas atualmente?</p>
<p>Avaliar a visão de sustentabilidade ambiental e responsabilidade socioambiental na empresa.</p>	<p>Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009) Amato Neto (2015) Barbieri e Cajazeira (2009) Dias (2009) Nascimento, Lemos e Mello (2008)</p>	<p>Qual a concepção de sustentabilidade ambiental na empresa? A responsabilidade socioambiental é uma preocupação da empresa?</p> <p>A sustentabilidade ambiental e a responsabilidade socioambiental são tratadas como parte integrante da estratégia empresarial? Se sim, elas se mostram como ações corretivas ou preventivas?</p> <p>Você percebe a necessidade da incorporação de novas práticas ambientais voltadas à sustentabilidade?</p>
<p>Avaliar os benefícios das práticas ambientais na empresa e as práticas ambientais de empresas semelhantes.</p>	<p>Amato Neto (2015) Dias (2009) Donaire (2009) Nascimento, Lemos e Mello (2008) Pearson (2011)</p>	<p>Em sua percepção, quais benefícios podem ser trazidos à empresa pela introdução de práticas ambientais?</p> <p>Alguma prática ambiental de outra empresa tem chamado a sua atenção? Por quê?</p> <p>Você acredita que as práticas incorporadas na empresa podem servir de modelo e inspiração para outras empresas do setor?</p>

(conclusão)

<p>Avaliar a conscientização ambiental na empresa</p>	<p>Cervi e Carvalho (2007) Donaire (2009) Gonzalez e Andrade (2015) Jacobi (2003) Leff (2001) Souza e Bruno-Faria (2013)</p>	<p>Para você, qual a importância da conscientização ambiental no meio empresarial?</p> <p>Você acredita que a conscientização ambiental na empresa pode surtir efeitos positivos para fora dela?</p> <p>Qual é a percepção de suas ações após o teste de pegada ecológica?</p> <p>Você pensa em reconsiderar algumas das suas ações, tornando-as mais ambientalmente responsáveis?</p>
<p>Comentários gerais</p>		<p>Que outros comentários/informações seriam interessantes de acrescentar e que não foram tratados nesta entrevista?</p>

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTAS EXTERNAS

(continua)

Objetivo	Autores	Perguntas
O modo de trabalho da empresa antes da incorporação e as motivações para a introdução das práticas ambientais já incorporadas.	Barbieri (2007) Bogo (2012) Dias (2009) Donaire (2009) Jacobi (2003) Ribeiro (2010)	.O que motivou a incorporação das práticas ambientais já adotadas na sua empresa?
A visão de sustentabilidade e responsabilidade socioambiental na empresa.	Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009) Amato Neto (2015) Barbieri e Cajazeira (2009) Dias (2009) Nascimento, Lemos e Mello (2008)	.Qual a concepção de sustentabilidade ambiental na sua empresa? A responsabilidade socioambiental é uma preocupação da sua empresa? .A sustentabilidade é tratada como uma parte integrante da estratégia empresarial? .A gestão atual da sua empresa aborda a sustentabilidade e a responsabilidade socioambiental como estratégias ou apenas como corretivas e/ou preventivas?
Os benefícios das práticas ambientais e o setor.	Amato Neto (2015) Dias (2009) Donaire (2009) Nascimento, Lemos e Mello (2008) Pearson (2011)	.Em sua percepção, quais benefícios foram trazidos à sua empresa pela introdução de práticas ambientais? .Alguma prática ambiental de outra empresa tem chamado sua atenção? Por quê? .Você acredita que as práticas incorporadas na sua empresa podem servir de modelo e inspiração para outras empresas do setor?

(conclusão)

<p>A conscientização ambiental nas dependências da empresa e seus benefícios percebidos pelos colaboradores.</p>	<p>Cervi e Carvalho (2007) Donaire (2009) Gonzalez e Andrade (2015) Jacobi (2003) Leff (2001) Souza e Bruno-Faria (2013)</p>	<p>. Você concorda que a conscientização é uma importante ferramenta no processo de mudanças empresarias? . Você acredita que a conscientização nas dependências da sua empresa pode surtir efeitos positivos fora dela?</p>
<p>Comentários gerais</p>		<p>0. Que outros comentários/informações seriam interessantes de acrescentar e que não foram tratados nesta entrevista?</p>

APÊNDICE C – TÓPICOS DE OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

1. Observação na empresa Kuhn Veículos

- a) Uso e armazenamento de produtos químicos;
- b) Processo de descarte de resíduos contaminados;
- c) Processo de descarte de resíduos sólidos;
- d) Processo de lavagem de automóveis;
- e) Processo de pintura de automóveis;
- f) Equipamentos utilizados nos processos de pintura de automóveis;
- g) Cuidados no manejo de materiais contaminados;
- h) Preocupação dos colaboradores com os cuidados ambientais;
- i) Compra de materiais com fornecedores;
- j) Instalações.

2. Observação na empresa Alfa

- a) Uso e armazenamento de produtos químicos;
- b) Processo de descarte de resíduos contaminados;
- c) Processo de descarte de resíduos sólidos;
- d) Processo de lavagem de automóveis;
- e) Equipamentos utilizados nos processos de reparo mecânico;
- f) Cuidados no manejo de materiais contaminados;
- g) Preocupação dos colaboradores com os cuidados ambientais;
- h) Compra de materiais com fornecedores;
- i) Instalações.

3. Observação na empresa Beta

- a) Processo de descarte de resíduos contaminados;
- b) Processo de descarte de resíduos sólidos;
- c) Cuidados no manejo de materiais contaminados;
- d) Processo de lavagem de automóveis;
- e) Preocupação dos colaboradores com os cuidados ambientais;
- f) Compra de materiais com fornecedores;
- g) Entrega do serviço ao cliente;
- h) Instalações.

ANEXO A – TERMO DE CONFIDENCIALIDADE PARA COLETA DE INFORMAÇÕES DA KUHN VEÍCULOS



UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
Unidade Acadêmica de Graduação

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE PARA COLETA DE INFORMAÇÕES DE EMPRESA/INSTITUIÇÃO.

Eu, Regis Manoel Kuhn,
aluno(a) do Curso de Administração
da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos, matriculado(a) sob o número
1712449, declaro que a Empresa/Instituição
Paulo Andre Kuhn ME (Kuhn Veículos) objeto de estudo do
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado As Práticas Ambientais
e Seus Benefícios: caso Kuhn Veículos de Salvador do Sul
entregue no semestre 2018/2, permitiu a pesquisa e o uso de todos os
dados que nele constam.

Declaro, ainda, que as informações apresentadas são verdadeiras e correspondem à realidade da Empresa/Instituição estudada.

A Empresa/Instituição autorizou a divulgação do seu nome fantasia/razão social.

A Empresa/Instituição não autorizou a divulgação do seu nome fantasia/razão social. Nesse caso, responsabilizo-me em preservar o nome da Empresa/Instituição de forma a que ela não seja passível de identificação no meu Trabalho.

Salvador do Sul, 23 de outubro de 2018.

Regis Manoel Kuhn
Assinatura do aluno

Ciência da empresa

Paulo Andre Kuhn
Nome do responsável da Empresa/Instituição



Paulo Andre Kuhn
Assinatura do Responsável da Empresa/Instituição
Carimbo ou CNPJ

ANEXO B – TERMO DE CONFIDENCIALIDADE PARA COLETA DE INFORMAÇÕES DA ALFA



UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
Unidade Acadêmica de Graduação

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE PARA COLETA DE INFORMAÇÕES DE EMPRESA/INSTITUIÇÃO.

Eu, Régis Manoel Kuhn,
aluno(a) do Curso de Administração
da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos, matriculado(a) sob o número
1712449, declaro que a Empresa/Instituição
Comercial Auto Montenegrina LTDA. objeto de estudo do
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado As Práticas ambientais
e seus Benefícios: caso Kuhn Veículos de Salvador do Sul
entregue no semestre 2018/2, permitiu a pesquisa e o uso de todos os
dados que nele constam.

Declaro, ainda, que as informações apresentadas são verdadeiras e correspondem à realidade da Empresa/Instituição estudada.

() A Empresa/Instituição autorizou a divulgação do seu nome fantasia/razão social.

(X) A Empresa/Instituição não autorizou a divulgação do seu nome fantasia/razão social. Nesse caso, responsabilizo-me em preservar o nome da Empresa/Instituição de forma a que ela não seja passível de identificação no meu Trabalho.

Montenegro, 23 de outubro de 2018.

Régis Manoel Kuhn
Assinatura do aluno

Ciência da empresa

JOSÉ FERNANDES DE SOUZA
Nome do responsável da Empresa/Instituição

91 359 513/0001-49

COMERCIAL
AUTO MONTENEGRINA LTDA.

ESTRADA MAURÍCIO CARDOSO, 2400
CEP 95780-000
MONTENEGRO - RS

91 359 513/0001-49

COMERCIAL
AUTO MONTENEGRINA LTDA.

ESTRADA MAURÍCIO CARDOSO, 2400
CEP 95780-000

Assinatura do responsável da Empresa/Instituição
Carimbo ou CNPJ

ANEXO C – TERMO DE CONFIDENCIALIDADE PARA COLETA DE INFORMAÇÕES DA BETA



UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
Unidade Acadêmica de Graduação

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE PARA COLETA DE INFORMAÇÕES DE EMPRESA/INSTITUIÇÃO.

Eu, Régis Manoel Kuhn,
aluno(a) do Curso de Administração
da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos, matriculado(a) sob o número
1712449, declaro que a Empresa/Instituição
A. D. Born Eletromecânica ME objeto de estudo do
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado As Práticas Ambientais
e seus Benefícios: Caso Kuhn Veículos de Salvador do Sul
entregue no semestre 2018/2, permitiu a pesquisa e o uso de todos os
dados que nele constam.

Declaro, ainda, que as informações apresentadas são verdadeiras e correspondem à realidade da Empresa/Instituição estudada.

() A Empresa/Instituição autorizou a divulgação do seu nome fantasia/razão social.

A Empresa/Instituição não autorizou a divulgação do seu nome fantasia/razão social. Nesse caso, responsabilizo-me em preservar o nome da Empresa/Instituição de forma a que ela não seja passível de identificação no meu Trabalho.

Cidade, 06 de Novembro de 2018.

Régis Manoel Kuhn
Assinatura do aluno

Ciência da empresa

[Assinatura]
Nome do responsável da Empresa/Instituição

[Assinatura]
Assinatura do Responsável da Empresa/Instituição
Carimbo ou CNPJ 16.612.579/0001-49