

ANALISE COMPARATIVA ENTRE EMPRESAS QUE ADOTAM O SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL (SGA) E SEUS DEVIDOS GANHOS ECONÔMICOS

Wellisson Jose Rafael¹

Jaíne das Graças Oliveira Silva Resende²

Cristiane Resende³

Instituto Presidente Tancredo de Almeida Neves

Resumo:

O desenvolvimento sustentável, através da legislação ambiental vigente, vem sendo uma estratégia organizacional utilizada por empresas que desejam exportar seus produtos para mercados mais exigentes e também para uma população mais engajada com soluções ambientalmente corretas. A necessidade crescente em satisfazer os desejos dos consumidores tem intensificado a produção de bens e serviços. Sua produção necessita ser mais eficiente evitando desperdícios e dando novos rumos a produtos antigos. O objetivo deste trabalho foi verificar se empresas que implementam o Sistema de Gestão Ambiental são ambiental e economicamente responsáveis, analisadas através da revista exame. Tratou-se de uma análise quantitativa, com pesquisa descritiva dos resultados extraídos do guia exame, sobre as empresas premiadas nos últimos três anos em seu seguimento, que adotam o sistema de gestão ambiental mais eficiente e limpo em sua produção de bens e serviços. Ao fim do estudo, verificou-se que a adoção do sistema de gestão ambiental e produção mais limpa geram impactos positivos para a imagem e, conseqüentemente, para os lucros das organizações premiadas.

Palavras chaves:

Sistema de Gestão Ambiental, Produção mais Limpa, Lucratividade, Sustentabilidade

Abstract:

The Sustainable development, through the current environmental legislation, has been an organizational strategy used by companies that want to export their products to more demanding markets and also to a population more engaged in environmentally correct solutions. The growing necessity to satisfy the desires of consumers has intensified the production of goods and services. Their production needs to be more efficient avoiding waste and giving new directions to aged products. The aim of this work was to verify if companies which implement the Environmental Management System are environmentally and economically responsible, being analyzed through the Exame magazine. It was a quantitative analysis, with a descriptive research of the results extracted from the Exame guide, about the awarded companies during the last three years in their follow-up, which adopt the most efficient and the cleanest environmental management system in their production of goods and services. At the end of the study, it was found that the adoption of the system of environmental management and cleaner production generate positive impacts on the image and, consequently, on the profits of the organizations awardees.

Keywords:

Environmental management system, cleaner production, profitability, sustainability.

1 Graduando em Administração na Instituição de Ensino superior Presidente Tancredo de Almeida Neves – IPTAN – wellissonsjdr25@gmail.com

2 Mestre em Ciências pela Universidade Federal de Lavras, docente no Instituto de Ensino Superior Presidente Tancredo de Almeida Neves – IPTAN – jaineresende@bol.com.br

3 Mestre em Ciências pela Universidade Federal de São João Del Rei, docente do no Instituto de Ensino Superior Presidente Tancredo de Almeida Neves – IPTAN – crisresend@yahoo.com.br.

INTRODUÇÃO

A preocupação com o meio ambiente se intensificou no século XX, com grandes desastres ambientais como em 1976, em Seveso na Itália, ocorre acidente na indústria química de Industrie Chimiche Meda Società Azionaria (ICMESA) liberando uma grande quantidade de dioxina na atmosfera, matando muitos animais e seres humanos. Outro grande acidente ambiental foi o de Chernobyl, um acidente nuclear catastrófico que ocorreu em 1986 na República Socialista Soviética Ucraniana, se espalhando até a Europa ocidental, matando várias pessoas e deixando o lugar inóspito por várias décadas.

No Brasil, no ano 2000, a Petrobrás, maior petrolífera brasileira, derramou mais de cinco milhões de litros de óleo na Baía de Guanabara (RJ) e Araucária (PR), atingindo a fauna e flora marinha, acarretando num grande impacto ambiental e econômico da região, afetando os pescadores e a população ribeirinha no que diz respeito à total escassez de alimento ou produção do pescado como forma de gerar renda.

Na busca por melhorias ambientais e efetivando o sistema de produção mais limpa (P+L), aconteceu em 1997, no Japão, a assinatura do Protocolo de Kyoto, um tratado internacional com assinatura dos países mais ricos do mundo, homologado pela Organização Nações Unidas (ONU) com o compromisso de reduzir a emissão dos gases do efeito estufa na atmosfera. Também ocorreu em 2012 a Rio+20, conferência realizada na cidade brasileira do Rio de Janeiro, cujo objetivo era discutir sobre a renovação do compromisso político com um desenvolvimento global mais sustentável.

A modernidade chegou, juntamente com os compromissos na defesa do meio ambiente e esses devidos acordos vêm incentivar um desenvolvimento mais limpo, preocupado com o futuro a ser deixado para as próximas gerações. A presente população, altamente consumista por novos produtos mais modernos e tecnológicos, traz consigo um grande problema: O que fazer com os objetos antigos, já considerados velhos, obsoletos ou até mesmo considerados como lixo?

Para muitos, o descarte desses produtos não mais utilizáveis é no lixo doméstico, enquanto outros lançam nos rios, nas ruas ou até mesmo ateião fogo. Preocupados com este cenário caótico instaurado, muitas instituições estão decididas a mudar esta situação. Como exemplo, a reutilização de moveis velhos ou

pneus usados, antes descartadas, em novos produtos de grande demanda, como projetos artísticos ou remodelagem para novos usos.

Outras empresas estão recolocando-as novamente no ciclo produtivo “logística reversa⁴”, como matéria prima para outros produtos. Assim grandes empresas estão enxergando grandes oportunidades neste novo estilo de vida da população, exigindo das mesmas uma mudança no sentido de um sistema de gestão de produção mais limpa, baseando-se na ISO-14001⁵, que tem por objetivo o desenvolvimento sustentável. Um selo ISO, na organização, trás consigo uma maior credibilidade frente ao mercado e aos seus concorrentes, gerando assim uma confiança para negociações. Como consequência, a demanda de clientes que optam por consumir bens de empresas que não agriam o meio ambiente aumenta, assim como a ascensão de um mercado que poucas ainda estão explorando.

Diante dos fatos expostos, o objetivo geral deste trabalho foi verificar se empresas que implementam o Sistema de Gestão Ambiental são ambiental e economicamente responsáveis, analisadas através da revista exame. Já os objetivos específicos foram fazer um levantamento sobre quais as empresas que efetuam o Sistema de Gestão Ambiental e que são ambientalmente responsáveis; Classificar as empresas que praticam o Sistema de Gestão Ambiental e que são ambientalmente responsáveis quanto à atividade ao qual praticam.

O devido editorial trata-se de uma análise quantitativa, com pesquisa descritiva dos resultados extraídos do guia exame, sobre as empresas premiadas nos últimos três anos em seu seguimento, com ações ambientalmente corretas, ou seja, que adotam o sistema de gestão ambiental mais eficiente e limpo em sua produção de bens e serviços.

Primeiramente serão apresentados os principais conceitos sobre sistema de gestão ambiental; em seguida, o segundo capítulo traz as conquistas em torno de uma maior credibilidade com a marca, com a imagem da empresa frente ao mercado consumidor e aos investidores, por estarem alinhadas com medidas e ações que

⁴ Logística reversa - é um dos instrumentos para aplicação da responsabilidade pelo ciclo de vida dos produtos. Caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo produtivo, ou outra destinação final ambientalmente adequada (KRAEMER, 2002).

⁵ ISO é a sigla de International Organization for standardization, ou Organização Internacional para Padronização. A ISO é uma entidade de padronização e normatização, e foi criada em Genebra, na Suíça, em 1947 (SEIFFERT, 2011).

preserve o meio ambiente e o terceiro capítulo demonstra os ganhos adquiridos com ações internas e externas à organização, o resultado obtido ao adotarem o sistema de gestão ambiental e uma produção mais limpa em seus sistemas produtivos.

METODOLOGIA

O presente artigo utilizou como metodologia, uma análise quantitativa e descritiva, pois apresentou registro, classificação e interpretação de dados e fatos reais relacionados ao tema proposto neste trabalho. Segundo Cervo, Bervian e Silva (2014), pesquisa quantitativa baseia-se na vivência e na tabulação de dados, sendo aleatórias e estatísticas suas análises.

A pesquisa quantitativa é vinculada ao pensamento lógico, tendendo a raciocínio dedutivo, com regras predeterminadas e mensuráveis da experiência humana (DELANI, 2009).

Pesquisa de cunho descritivo tem como intuito original a descrição das características apresentadas e classificação de determinada população, fenômeno ou relação entre as variáveis. A elaboração de um questionário com análise dos dados pode gerar uma visão sistêmica do todo (GIL, 2002).

Foram objetos desta pesquisa as empresas citadas como modelo de responsabilidade ambiental e econômico no “Guia de sustentabilidade” da Revista Exame no período de 2013 a 2015. Essas empresas foram escolhidas através da análise dos indicadores do instituto Ethos. Esses indicadores são uma ferramenta de aprendizado e avaliação da gestão no que se refere à incorporação de práticas de responsabilidade ambiental e econômico empresarial ao planejamento estratégico e ao monitoramento e desempenho geral da empresa.

Na coleta de dados foi utilizada a técnica de pesquisa documental digital. O critério utilizado foi por amostragem, selecionando as devidas informações no período de 2013 a 2015, considerando as empresas que obtiveram os seus indicadores publicados no referido período. Posteriormente, as informações retiradas das empresas pelo ano que foram citadas e por setor de atividade as quais pertenciam foram tabuladas.

SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL COM PRODUÇÃO MAIS LIMPA

O desenvolvimento sustentável vem sendo uma estratégia organizacional essencial principalmente para aquelas empresa que querem exportar seus produtos para mercados mais exigentes, seguindo a legislação ambiental vigente é também para uma população mais engajada com soluções ambientalmente corretas. Além disso, pesquisas e consultorias na área comprovam que questões ambientais ainda são vistas como custos e não como uma oportunidade promissora de maior faturamento (SEIFFERT, 2011).

Como oportunidade competitiva, a “sustentabilidade é definida como a constituição de igualdade na distribuição do bem-estar, associada aos recursos naturais, envolvendo as dimensões intratemporais,” (SILVA, 2014, p. 81) compensando o bem estar com a degradação causada ao meio ambiente, visando garantir os mesmos recursos nas gerações futuras.

Os efeitos positivos somados por empresas ambientalmente responsáveis, com a implementação do SGA, no contexto macro, abrange uma conotação maior e mais eficiente e gera um desempenho ambiental mais elevado (SEIFFERT, 2011). Desta forma, a adoção do SGA possibilita um processo de desenvolvimento mais ético e sustentável. Entre todos os aspectos da instituição, o econômico como exemplo, passa a ser mais satisfatório com os desejos dos acionistas, gestores e colaboradores.

Empresas que valorizam a sustentabilidade ambiental tornam-se mais promissoras em todos os elementos da cadeia produtiva (desde a matéria-prima até os próprios usuários) e se beneficiam da engenharia verde. As pressões de governos e organizações anônimas também forçam uma mudança de hábito das organizações (OLIVEIRA E SERRA, 2010).

De acordo com Nicolla, Marques e Skorupa (2004, p.10):

Sob tais condições, as empresas têm procurado estabelecer formas de gestão com objetivos explícitos de controle da poluição e de redução das taxas de efluentes, controlando e/ou minimizando os impactos ambientais, como também otimizando o uso de recursos naturais - controle de uso da água, energia, outros insumos, etc... Uma das formas de gerenciamento ambiental de maior adoção pelas empresas tem sido a implementação de um sistema de gestão ambiental.

Segundo Seiffert (2011), a produção exacerbada de resíduos pela sociedade e pelas empresas vem causando vários transtornos, tais como aumento do lixo, poluição do meio ambiente, da água, do solo, do ar, dos alimentos, dentre outros. O sistema de gestão ambiental vem aprimorar os sistemas produtivos com o objetivo de reaproveitar os resíduos, não só na reciclagem, mas também oferecendo um

novo uso ou novo destino a este material, juntamente com uma produção mais limpa (P + L) gerando menos resíduos e uma maior otimização dos recursos e da cadeia produtiva.

Segundo Araia (2015, p.27), cresce o número de empresas mais conscientes com seus sistemas produtivos, como a empresa Braskem, com a criação de um novo tipo de plástico, que, além de ser 100% renovável, proporciona redução na emissão de gases do efeito estufa e também uma maior eficiência no reuso de água e de eficiência energética.

Como relatam Silva Filho et. al. (2007 *apud* Oliveira e Serra, 2010, p. 430), as empresas privadas, principalmente o setor industrial, tem apresentado várias iniciativas para promover um gerenciamento adequado dos seus resíduos e hoje podem ser vistas como uma oportunidade de aumento de competitividade, pensamento contrário ao vigente há algum tempo atrás.

Quando analisamos as micro e pequenas empresas, é perceptível como é elevado o prejuízo em relação à degradação ao meio ambiente, devido ao número grande destas organizações. Como consequência, os benefícios da conquista de um SGA também serão significativos por diminuir os danos causados, principalmente nas localidades onde o estado é menos atuante. Deve-se levar em consideração que uma empresa de grande porte produz mais danos ao meio ambiente, sem ignorar os malefícios que as instituições menores causam (SEIFFERT, 2011).

Em suma, as normas contidas na Série ISO 14000 são dirigidas para a organização e para o produto. As normas dirigidas para o produto dizem respeito à determinação dos impactos ambientais de produtos e serviços sobre o seu ciclo de vida, rotulagem e declarações ambientais. As normas dirigidas para a organização proporcionam um abrangente guia para o estabelecimento, manutenção e avaliação de um sistema de gestão ambiental (MEYSTRE, 2003 *apud*, NICOLA, MARQUES E SKORUPA, 2004, P.10)

Para Oliveira e Serra (2010),

“o atual cenário econômico-tecnológico impõe às organizações a necessidade de mudanças contínuas no modo de operar e gerir seus negócios para que se adaptem a nova realidade e se mantenham competitivas”

Principalmente no que tange sobre a reutilização dos resíduos, reaproveitando os recursos não usados no processo produtivo da empresa ou até mesmo os já usados pelo cliente final, gerando assim uma estratégia atuante na preservação do meio ambiente.

Segundo Amaral e Correia (2006), estudos mostram que ações sustentáveis praticadas por empresas trazem benefícios para a sociedade, para o meio ambiente

e retorno aos investidores. Percebe-se que, práticas ecologicamente sustentáveis visam minimizar os danos causados ao sistema no exercício produtivo diário, sendo também importante e necessário o estímulo aos fornecedores na realização de ações ecologicamente corretas, na aplicabilidade e utilização dos recursos e manuseio das matérias provenientes do meio ambiente, além da postura profissional. É importante informar ações que tenham dado certo, como estratégia da empresa em atingir uma maior publicidade com as atitudes e ganhos que valorizem a imagem e marca da devida organização.

TIPOS DE LUCRATIVIDADE EXISTENTE QUANDO SE TEM O SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL NA EMPRESA

Hoje as pessoas já olham com mais desejo os produtos ou serviços que sejam mais amigos do meio ambiente, ou seja, que sua produção/execução não afete de forma negativa a natureza, mesmo não sendo os mais econômicos. Estes produtos estão sendo mais procurados pela sociedade, portanto, é necessário ter uma empresa que zele por uma boa imagem frente a este novo consumidor. (BAROTO, 2007)

Nesse contexto (Ferreira, 2012, p.25), o planejamento do negócio se faz necessário para sobrevivência do empreendimento em meio à concorrência. Ser ambientalmente correto pode ser a principal estratégia de posicionamento para as corporações, pois, o processo das empresas para a adoção de uma postura ambiental responsável manifestou-se a partir da necessidade de fortalecimento da marca, da imagem, frente ao seu cliente, com o objetivo de tornar seu público fiel àquela empresa, de atrair investidores e até mesmo de obter concessões para dedução fiscais.

As instituições financeiras do Brasil têm a atribuição de apoiar as empresas que desejam ser ambientalmente responsáveis. Ao assinarem o Protocolo Verde, através da carta de princípios sustentáveis, a empresa conquista o reconhecimento do papel vital que cumpre na busca de um desenvolvimento mais sustentável e contínuo que zele sempre pelo bem estar social e pela qualidade do meio ambiente (KRAEMER, 2002).

Ainda segundo Kraemer (2002), o Protocolo Verde vem a ser um acordo assinado entre IBAMA e BNDES, dentre outros bancos governamentais, cujo

objetivo é subsidiar a aquisição de máquinas mais modernas e menos poluidoras. Para ter acesso ao programa de investimento, a organização precisa cumprir o regulamento de efetuar um EIA – Estudo de Impactos Ambientais com certa periodicidade. Assim, a organização toma conhecimento de quanto suas ações são corretas ou poluidoras, e também de procedimentos que possa melhorar seu sistema fabril, além de diminuir seus custos e aumentar seu ganho de processo.

Muitas instituições estão fazendo progressos no sentido de oferecer proteção ao meio ambiente, reduzir, prevenir ou mitigar os efeitos da poluição. Como consequência, existe uma perspectiva das empresas fornecerem para a comunidade dados significativos sobre política e programas de gerenciamento ambiental e o impacto de seu desempenho ambiental, econômico e financeiro.

Segundo (Kraemer, 2002, p. 36)

A gestão ambiental oferece a empresa oportunidades de adicionar valor e, possivelmente, obter vantagem competitiva por meio da percepção pública, economia de custos ou rendimentos adicionais, enquanto alivia os efeitos de seus produtos e processos produtivos no ambiente, (KRAMER, 2002)

São dez os principais passos de implantação do Sistema de Gestão Ambiental, para Alejandro (2002, p. 26-27):

1. Inserção de gestão ambiental como um dos itens prioritários da empresa.
2. Comunicação com as partes interessadas tanto as internas quanto as externas.
3. Verificação das leis normas ambientais legais aplicáveis e os aspectos ambientais associados as atividades, produtos ou serviços da empresa.
4. Comprometimento da administração e dos empregados nas questões da proteção da proteção ao meio ambiente, definindo quem são os responsáveis e até onde vai a responsabilidade de cada um dos envolvidos.
5. Planejamento ambiental durante todo o processo do ciclo de vida do produto.
6. Estabelecimento das metas e níveis de desempenho a serem atingidos pela empresa durante o processo.
7. Provimento dos recursos necessários e treinamento contínuo da equipe.
8. Avaliação do desempenho ambiental e o aprimoramento da política e metas ambientais.
9. Auditoria e análise crítica do SGA, buscando as oportunidades para melhorar o processo.
10. Estimulação e reforço positivo as atitudes e fornecedores, no sentido de implantação dos seus próprios SGAs.

Através destes passos, a empresa terá mais facilidade para obter em seus processos, os benefícios de uma boa relação com a comunidade e o público, como também planos mais seguros e custos mais baixos, Alejandro (2002, p.27), Seguindo o mesmo pensamento, a mesma atitude proveniente do SGA traz ganhos para a imagem da empresa e sua participação de mercado, reduz a incidência prevista na legislação que impliquem em responsabilidade civil, e não menos importante que as demais situações expostas, facilitam a obtenção de licenças e autorização do poder público na conservação de matéria prima e energia.

A preocupação com o baixo impacto ambiental fez surgir o Marketing Ecológico ou Marketing Verde, tendo como objetivo produtos e serviços mais responsáveis para o meio ambiente, sem deixar de gerar benefícios e atender as demandas exigidas pelos clientes que venham adquirir tais serviços e produtos. Mesmo não sendo ainda a primeira ferramenta de diferenciação competitiva, o marketing verde⁶ é classificado como um dos principais instrumentos de ganho de visibilidade para a instituição, podendo atrair o grande público e consolidar os valores de credibilidade e de legitimidade, fundamentais para as corporações (FERREIRA, 2012, P.26)

Em relação ao Marketing Ambiental, este visa a comercialização de produtos e serviços de forma a satisfazer as necessidades dos consumidores utilizando poucos recursos, de maneira a minimizar os danos ao meio ambiente, gerando uma resposta e uma preocupação crescente do mercado consumidor e a devida proteção ambiental necessária (SILVA, 2014).

Uma grande estratégia para atrair visibilidade à marca para os produtos e sérios ambientalmente responsáveis, está no marketing verde, na comunicação aos stakeholders (todas as partes envolvidas), visando transmitir aos funcionários da instituição, que a marca seja sempre lembrada por todos como símbolo forte de confiança, qualidade e de que a empresa é sustentável e amiga do meio ambiente. Para isto, é necessário trabalhar a imagem da organização de forma a criar uma reputação favorável, criando um laço emocional com o público desejado. Esta comunicação deve estimular mudanças de hábitos frente a questões ambientais (OLIVEIRA, 2002).

Tabela 1: Empresas premiadas em 2013 por sustentabilidade.

Empresas premiadas em 2013 por sustentabilidade					
Classificadas por setor					
	Receita de 2012	Foco Ambiental		Foco Econômico	
		Sim	Não	Sim	Não
Setor: Agronegócio					
Bunge	22,7 BI ⁷		x		x
Andre Maggi	6,2 BI	x			x
BRF	29,4 BI		x		x
Embaré	678 MI		x		x

⁶ Marketing verde é uma estratégia vinculada à imagem, de serviços/produtos, que são adotadas em seu processo visando não prejudicar o meio ambiente de alguma forma.

⁷ Bilhoes.

Setor: Bens de Capitais					
Tetra Pak	2 BI	x			
Natura	6,5 BI	x			
Ambev	33,2 BI	x			
O Boticário	6,9 BI	x			
Brasil Kirin	2,8 BI			x	
Coca-cola	19,2 BI	x			
Kimberly- Clark	2,3 BI	x			
Unilever	14 BI		x		x
Setor: Construção Civil					
Even	2,2 BI	x			
Setor: Consultoria					
Promon	714 MI ⁸			x	
IBM	3,8 BI	x			
Serasa Experian	1,7 BI			x	
Setor: Eletroeletrônicos					
Whirlpool	6,5 BI			x	
Embraco	NI ⁹			x	
HP	4 BI	x			
setor: Energia					
Elektro	3,7 BI			x	
AES Brasil	14,9 BI			x	
Ampla	3,8 BI		x		x
Coelce	3 BI		x		x
CPFL energia	15,5 BI			x	
EDP	6,8 BI			x	
Itaipu	7,8 BI			x	
Setor: Farmacêutico					
EuroFarma	1,5 BI			x	
Setor: Infraestrutura					
CCR	5,8 BI			x	
Eco Rodovias	2,5 BI	x			
Setor: Intituições Financeiras					
Itau Unibanco	59,8 BI			x	
Bradesco	117,3 BI		x		x
Grupo bb e mapfre	5,5 BI			x	
Santander	67,6 BI			x	
Setor: Químico					
Braskem	21,3 BI			x	
DOW	2,6 BI			x	

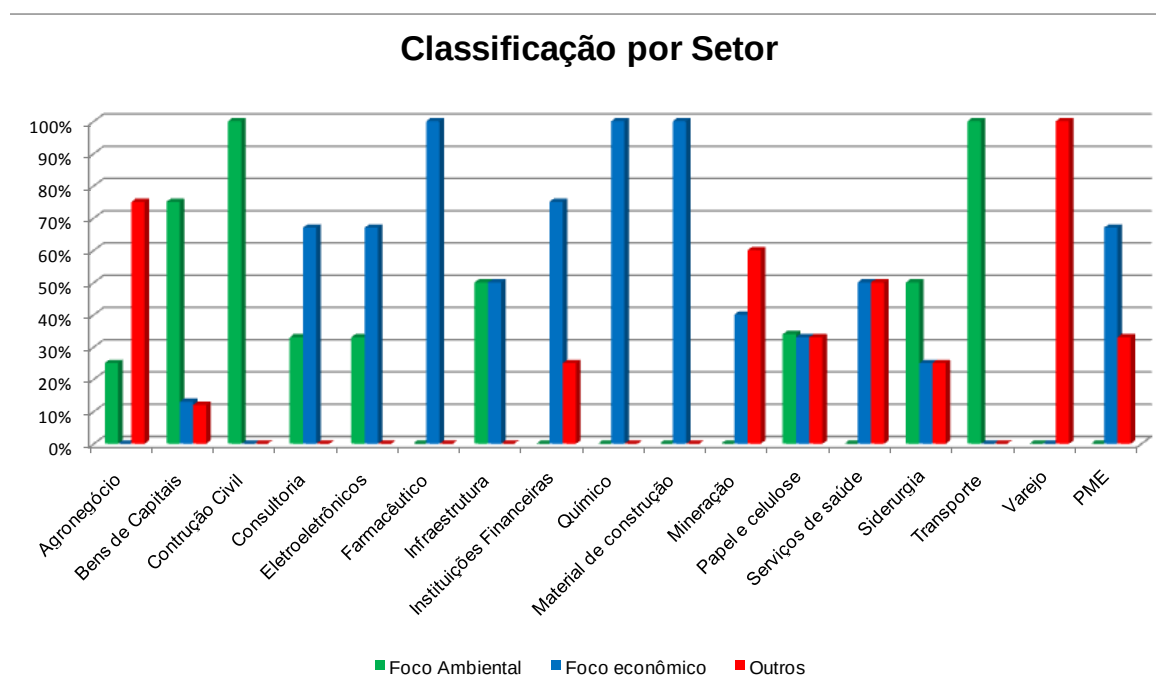
⁸ Milhões.

⁹ Nada Informar.

BASF	6,7 BI			x	
Setor: Material de Construção					
Duratex	3,3 BI			x	
Masisa	488 MI			x	
Maxichem	1 BI			x	
Setor: Mineração					
Votorantim Metais	12 BI			x	
Anglo American	512 MI			x	
Samarco	6,8 BI		x		x
Vale	59 BI		x		x
Yamana	595 MI		x		x
Setor: Papel Celulose					
Fibria	3,9 BI			x	
Irani	477 MI		x		x
Klabin	4,3 BI	x			
Setor: Serviços de saúde					
Fleury	1,5 BI		x		x
Albert Einstein	1,6 BI			x	
Setor: Siderurgia					
Alcoa	2,7 BI			x	
Aperam	2,6 BI		x		x
Acelor mittal	13,2 BI	x			
Navelis	2,7 BI	x			
setor: Telecomunicações					
Algar telecom	1,8 BI		x		x
Telefônica vivo	35,8 BI			x	
Setor: Transporte					
Ecofrotas	3,3 BI	x			
Libra	1 BI	x			
Setor: Varejo					
Walmart	14,7 BI		x		x
Setor: PME					
Sabin	218 MI			x	
Beraca	139 MI		x		x
Grupo rio Quente	318 MI			x	

Fonte: Adaptação da Revista Guia Exame 2013.

Gráfico 1: Empresas premiadas em 2013 por sustentabilidade.



Fonte: construção própria.

Após a análise da tabela e do gráfico 01, que traz as empresas premiadas por sustentabilidade em 2013, verifica-se que existe uma tendência grande das empresas vêem o SGAs como uma estratégia econômica.

Nos setores Farmacêutico, Químico e Material de Construção, o foco das empresas ao aplicarem a gestão ambiental em seus sistemas produtivos é de 100% no setor econômico. Em relação aos setores de Construção Civil e de Transportes, o foco é 100% ambiental. No setor Varejista, o foco não é nem econômico, nem ambiental, mas 100% em outros setores, como o social.

Já nos setores de Energia, Instituições Financeiras, Mineração, Serviços de Saúde, Telecomunicações e PME as empresas apresentam 0% de foco econômico baseado na análise da tabela 1 e no gráfico 1 da premiação da revista.

No setor de agronegócio somente 25% tem foco ambiental, como por exemplo a empresa André Maggi que só compra grãos de fornecedores que utilize produtos e processos que agrida o meio ambiente da forma mais branda possível. Para o setor de Bens de Capital, o foco ambiental representa 75% das empresas, como a Natura que utiliza sua fábrica para coletar e reutilizar a água da chuva em seus produtos, além de compartilhar ativos da biodiversidade que não utiliza com outras empresas, evitando desperdício de matéria prima e mais degradação ao meio.

Para os setores de Consultoria e Eletroeletrônicos, 33% das empresas possuem foco ambiental em suas produções, como o caso da empresa IBM, que investe em uma gestão mais participativa das cidades, procurando um maior envolvimento da empresa com os problemas ambientais das cidades, como diminuir os alagamentos. Em relação à empresa HP, as “ações são voltadas para reduzir a sucata da tecnologia” (REVISTA EXAME, 2013).

Para o setor de Infraestrutura e Siderurgia, cerca de 50% das empresas focam em questões ambientais para sua produção, como por exemplo, a organização Ecorodovias, ao adotarem o registro eletrônico da arrecadação nas praças de pedágio, economizando papel e reduzindo a emissão de poluentes na atmosfera. De acordo com a Revista Exame (2013), para a empresa Arcelormital, mais de 90% de seus resíduos são reutilizados na produção de um tipo de aço mais leve, com menor emissão de poluentes na atmosfera.

No setor de Papel e Celulose, 34% das empresas têm foco ambiental em seu sistema de produção, como é o caso da empresa Kablin que substituiu as caldeiras movidas a óleo por outras alimentadas por biomassa, diminuindo as emissões de poluentes de seu sistema produtivo em 67% (REVISTA EXAME, 2013).

Tabela 2: empresas premiadas em 2014 por sustentabilidade.

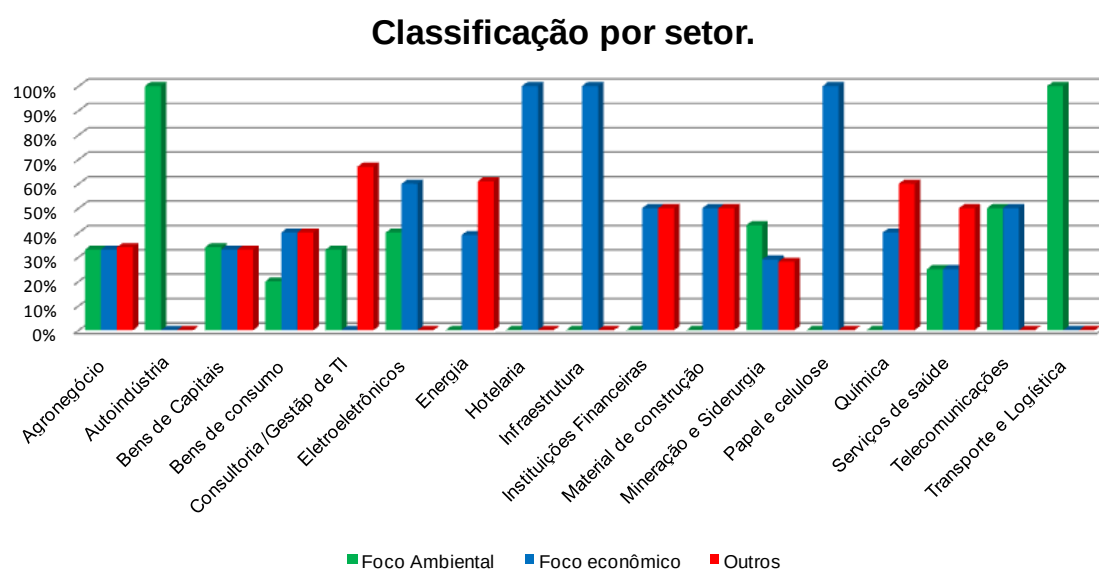
Empresas premiadas em 2014 por Sustentabilidade					
Classificadas por Setores					
	Receita de 2013	Foco Ambiental		Foco Econômico	
		SIM	NÃO	SIM	NÃO
Setor: Agronegócio					
Bunge	34 BI			x	
Amaggi	11, 7 BI	x			
Odebrecth Agroind.	2 BI		x		X
Setor: Autoindústria					
Volvo	2,9 BI	x			
EATON	3,2 BI	x			
Setor: Bens de Capital					
Tetra Park	NI	x			
WEG	7 BI			x	
Unilever	15,6 BI		x		X
Setor: Bens de Consumo					
Brasil- Karin	4 BI			x	
Coca-Cola	NI		x		X
Grupo Boticario	NI	x			

Kimberly-clark	2,6 BI		x		X
Natura	7,2 BI			x	
Setor: Construção Civil					
Even	2,5 BI			x	
Setor: Consultoria, gestão de TI					
Promon	677 MI		x		X
Ecofrotas	147 MI	x			
EY	1,3 BI		x		X
Setor: Eletroeletrônicos					
Philips	NI			x	
Embraco	NI			x	
HP	5,9 BI	x			
Schneider Electric	1,5 BI			x	
Whirlpool	6,9 BI	x			
Setor: Energia					
AES	14 BI			x	
Ampla	4 BI		x		X
Coelce	2,9 BI		x		X
CPFL Energia	15 BI		x		X
EDP	7,3 BI		x		X
Elektro	3,7 BI			x	
Itaipu Binacional	8,9 BI			x	
Light	7,6 BI		x		X
Setor: Hotelaria					
Grupo Rio Quente	320 MI			x	
Setor: Infraestrutura					
CCR	6,2 BI			x	
Ecorodovias	2,7 BI			x	
Setor: Instituição Financeira					
Itaú Unibanco	121,3 BI		x		X
Bradesco	114,9 BI		x		X
Grupo BB e Mapfre	14 BI			x	
HSBC	17,9 BI			x	
Setor: Material de Construção					
Masisa	504 MI		x		X
Duratex	3,7 BI			x	
Setor: Mineração e Siderurgia					
Arcelor Mital	16,6 BI	x			
Alcoa	2,9 BI			x	
Anglogold Ashanti	12 BI	x			
Aperam	2,8 BI	x			

Vale	104,4 BI		x		X
Votorantim Metais	1,3 BI			x	
Yamaha	1,6 BI		x		X
Setor: Papel e Celulose					
Fibria	7,1 BI			x	
Kablin	5 BI			x	
Setor: Químico					
Beraca	172 MI			x	
Basf	7,9 BI		x		X
Braskem	24,2 BI			x	
Dow Brasil	2,7 BI		x		
White Martins	2,6 BI		x		
Setor: Serviços de Saúde					
Saben	270 MI			x	
Grupo Fleury	1,7 BI		x		X
Hospital Albert Einstein	1,8 BI	x			
Hospital Sírio-Libanês	1 BI		x		X
Setor: Telecomunicações					
Algar Telecom	765 MI	x			
Telefônica vivo	35,7 BI			x	
Setor: Transporte e Logística					
Grupo Libria	1,1 BI	x			
Setor: PME					
Zanzini	86 MI		x		X

Fonte: Adaptação da Revista Guia Exame de 2014.

Gráfico 2: Empresas Premiadas em 2014 por Sustentabilidade.



Fonte: Construção própria.

Ao analisar a tabela 02 e o gráfico 02, que contempla as empresas premiadas por sustentabilidade no ano de 2014, constatou-se que, novamente as organizações têm a sustentabilidade como vantagem econômica, ou seja, SGAs é uma estratégia para melhorar os resultados financeiros da empresa frente ao mercado consumidor e credor.

Para os setores de Autoindústria, Transporte e Logística, o foco das instituições é 100% em ações que preserve o meio ambiente em seus processos. Já para os setores de Construção Civil, Hotelaria, Infraestrutura, Papel e Celulose e PME, o foco das empresas é 100% econômico com a utilização da gestão ambiental na sua produção, havendo também setores em que o foco ambiental é nulo, como Energia, Instituições Financeiras, Material de Construção e Químico.

No setor de Agronegócio e Consultoria/Gestão de TI, 33% das organizações tem foco ambiental para as suas devidas atividades e processos. Este é o caso da Cia Amggi que investe na sua própria produção e também na produção de seus parceiros de forma mais sustentável, visando conquistar as certificações ambientais que garante a ela confiabilidade de comercializar seus produtos fora do país (REVISTA EXAME, 2014). A empresa Ecofrotas investe na metodologia de venda de crédito de carbono e adota uma frota movida a etanol, diminuindo sua emissão de poluentes na atmosfera.

Em relação ao setor de Bens de Capitais, o foco ambiental representa 34% das CIAs pesquisadas. A empresa Tetra Park exerce sua responsabilidade ambiental ao produzir embalagens de matérias de fontes renováveis como o plástico feito da cana de açúcar (REVISTA EXAME, 2014). No setor de Bens de Consumo, 20% das organizações têm o foco ambiental, fato que ocorre na entidade Grupo Boticário com uso de matérias ambientalmente responsáveis e uso da energia solar, novas tecnologias amigas do meio ambiente.

Para o setor de Mineração e Siderurgia, 43% das organizações apresentam foco sustentável em seus procedimentos, como nos atos da Arcelormittal que se utiliza o calor de sua estrutura fabril na geração de energia para sua própria fábrica (REVISTA EXAME, 2014). E no setor de Serviço de Saúde, apenas 25% das firmas tem intuito ambiental, como por exemplo, o Hospital Albert Einstein, com seu atendimento de qualidade às comunidades carentes, conquistando certificações de responsabilidade social.

Na esfera das Telecomunicações, 50% das instituições têm objetivos ambientais, como apresentado pela empresa Algar Telecom que recicla materiais de outdoors, painéis e placas publicitárias com fins educacionais e sociais (REVISTA EXAME, 2014).

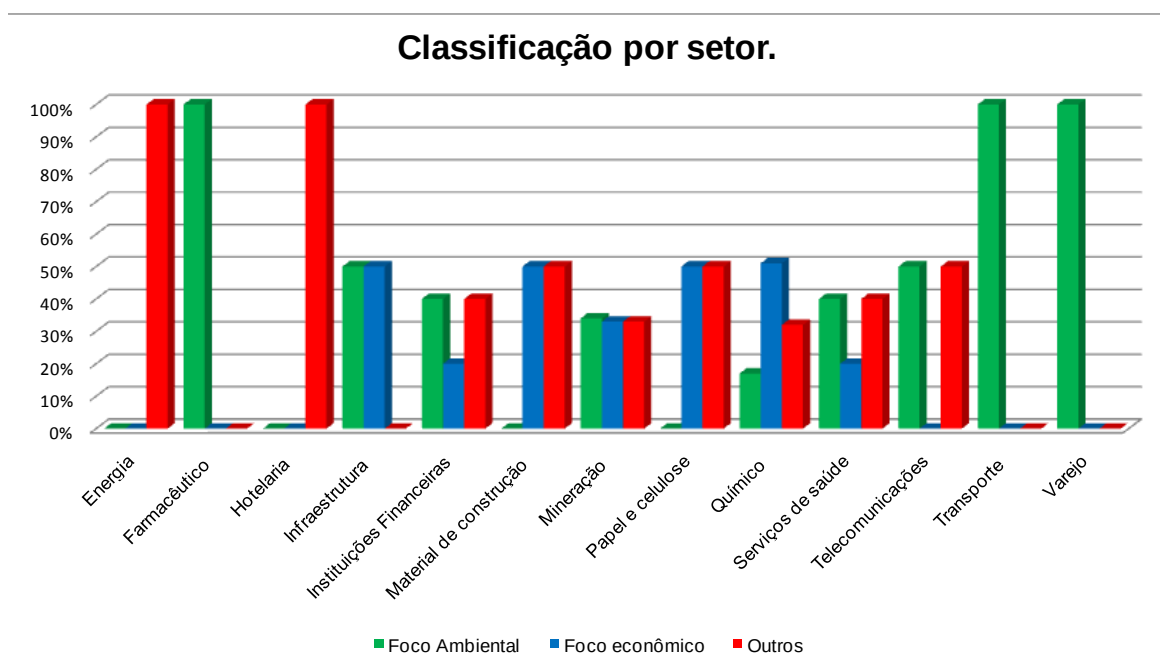
Tabela 3: empresas premiadas em 2015 por Sustentabilidade.

	Empresas Premiadas em 2015 por Sustentabilidade				
	Classificador por setor				
	Receita de 2014	Foco Ambiental		Foco Econômico	
		SIM	NÃO	SIM	NÃO
Setor: Energia					
CPFL	17,8 BI		x		x
Duke Energy	1,3 BI		x		x
EDP	9,2 BI		x		x
Enel	9,7 BI		x		x
Light	9,5BI		x		x
Setor: Farmacêutico					
Eurofarma	2 BI	x			
Setor: Hotelaria					
Grupo Rio Quente (PME)	294 MI		x		x
Setor: Infraestrutura					
CCR	7,6 BI			x	
Ecorodovias	2,9 BI	x			
Setor: Instituição Financeira					
Itaú Unibanco	157,3 BI		x		x
Bradesco	135,8 BI		x		x
Grupo BB e Mapfre	16,3 BI	x			
HSBC	20,4 BI	x			
Santander	78,3 BI			x	
Setor: Material de Construção					
Masisa	439 MI		x		x
Duratex	3,6 BI			x	
Setor: Mineração e Siderurgia					
Votorantim Metais	944 MI			x	
Anglogold ashanti	1,2 BI			x	
Aperam	3,5 BI	x			
ArcelorMittal	18,5 BI	x			
Novelis	4,4 BI		x		x
Yamaha	2 BI		x		x

Setor: Papel e Celulose					
Fibria	7,3 BI			x	
Klabin	5 BI		x		x
Setor: Químico					
Termotécnica	373 MI			x	
Beraca (PME)	200 MI			x	
Clariant	1,2 BI		x		x
Dow	2,8 BI	x			
Firmenich	460 MI		x		x
white Martins	2,8 BI			x	
Setor: Serviços de Saúde					
Ecofrotas (PME)	217 MI	x			
Sabin	281 MI		x		x
Fleury	1,7 BI		x		x
Hospital Albert Einstein	1,9 BI	x			
Hospital Sírio-Libanês	1,5 BI			x	
Setor: Telecomunicações					
Algar Telecom	798 MI	x			
Telefônica vivo	34 BI		x		x
Setor: Transporte e Logística					
Grupo Libra	1 BI	x			
Santos Brasil	1 BI	x			
Setor: Varejo					
Ultra	67,9 BI	x			
Copagaz	1,5 BI	x			

Fonte: Adaptação da Revista Guia Exame.

Gráfico 3: Empresas Premiadas em 2015 por Sustentabilidade.



Fonte: Construção própria.

Para o ano de 2015, ouve um aumento positivo em relação à responsabilidade ambiental por parte das empresas em seus processos, e também de outros objetivos como o social nas atitudes das instituições, como se vê na tabela 03 e no gráfico 03. Tudo isto, como meio de melhorar a imagem da instituição perante seu mercado consumidor, que cada vez mais se conscientiza de seu papel em consumir produtos ou serviços de empresas que são socialmente responsáveis.

Outro fator que chama a atenção refere-se ao foco econômico, que não obteve 100% em nenhum setor do ano premiado, como demonstrado na tabela acima com dados extraídos da Revista Exame (2015). A grande queda do foco econômico pode ser explicado pela crise que assola nosso país ou até mesmo por não estarem vendo o SGAs como fator estratégico para uma maior eficiência nos processos e na saúde das finanças da organização.

Em relação às empresas do setor Farmacêutico, Transporte e Varejo, o foco é 100% ambiental. É o caso da Eurofarma que vêm pesquisando formas de reciclar as embalagens de remédios perigosos, além de usar 100% dos incentivos fiscais investindo em projetos que ajudem a sociedade (REVISTA EXAME, 2015). Para as empresas de Energia e Hotelaria, o foco é 100% em outros aspectos, como os sociais.

No setor de Infraestrutura e Telecomunicações, 50% de suas ações é voltada para a sustentabilidade. Já para o setor de Instituições Financeiras e Serviços e

Saúde, 40% das empresas pesquisadas tem o foco ambiental. Só o setor de Mineração apresentou um índice de 34% para a sustentabilidade ambiental.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados apresentados demonstram um desempenho melhor das instituições que incorporam o sistema de gestão ambiental, ou seja, empresas que adotam atitudes ambientalmente corretas em seus processos produtivos e em sua infraestrutura, almejando ganhos financeiros, uma imagem vinculada à preservação do meio ambiente e à responsabilidade social, com uma maior credibilidade junto ao mercado consumidor e credor.

Os resultados demonstram a veracidade destas palavras, pois organizações que implementaram o SGA aumentaram significativamente seus lucros investindo em setores da empresa que oferecem retorno econômico altamente positivo durante o período analisado (2013 a 2015). Porém, a crise fez diminuir a produção industrial, o consumo de bens e serviços em nosso país.

A partir de 2015, as instituições empresariais passaram a investir em setores destas entidades voltados para a responsabilidade social, com o objetivo de gerar valor agregado à marca e assim ganhos financeiros positivos posteriores. Um atrativo para as empresas em momentos de crise, como o que atinge a economia nacional hoje, desacelerando a produção de bens e serviços e reduzindo seus custos. Os incentivos fiscais cedidos pelos governos estaduais, municipais ou federais vêm colaborar com a redução de dividendos das instituições.

As empresas que adotam a sustentabilidade no sistema produtivo como, por exemplo, organizações que possuem pólos industriais localizados em Manaus, incentivam outras empresas a se instalarem no meio da floresta e não emitirem gases na atmosfera. Em contrapartida, o governo isenta as instituições de Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e reduz de forma parcial ou plena o Imposto sobre Comercialização de Mercadorias ou Serviços (ICMS) (Ushôa, 2014). Outros estados têm ações semelhantes, como isenção na aquisição de filtros que ajudem às devidas empresas a emitirem menos gases poluentes na atmosfera.

Com os devidos incentivos oferecidos pelo governo estadual e federal, como descontos na aquisição de novas tecnologias, muitas empresas estão investindo na implantação do SGA, como as empresas analisadas neste artigo, durante os anos

de 2013 a 2015. Contudo, a prática de ações ambientalmente corretas, além de favorecer o aumento nos lucros empresariais, enfatiza que a Responsabilidade Social deve estar presente na gestão empresarial.

CONCLUSÃO

O processo de mudança das instituições e das pessoas que as compõe é lento, moldados por uma cultura e costumes antigos que não tem as premissas ambientais enraizadas, como as leis no ambiente institucional. Por isto, o SGAs caminha a passos curtos em sua implementação nas organizações.

Falar em sustentabilidade ainda é uma utopia, sendo inviável em muitos casos pelo seu alto custo. A adoção do SGA normalmente é feita pelas empresas de grande porte e já consolidadas no mercado porque estas, embora continuem visando o lucro almeja uma maior credibilidade e marketing frente ao mercado, além de conquistar novas parcerias e investidores.

Logo, mesmo com tamanhos gastos, inúmeras legislações a serem cumpridas e mantidas numa empresa para a adoção do SGA e para o recebimento de possíveis certificações, do tipo ISO 14001, é economicamente viável ser sustentável, principalmente quando a organização recebe a premiação de Empresa Sustentável pela Revista Exame “Guia de Sustentabilidade.” Este título aumenta sua credibilidade frente ao consumidor local, regional, nacional e internacional, amplia seu trabalho de marketing e sua imagem diante do mercado, agrega novos parceiros, aumenta seus lucros, melhora a qualidade dos seus produtos, diminui a concorrência, estabelece projetos sociais com a comunidade, dentre outros benefícios.

Este trabalho propõe novas pesquisas a serem realizadas com amostras maiores em tempos expandidos; estudos de caso com consumidores e empresas avaliando resultados anteriores e posteriores à implantação do SGA envolvendo, por exemplo, a responsabilidade social e análise comparativa entre empresas modelo X empresas não-modelo para o SGA com o objetivo de averiguar se o desempenho econômico destas empresas é superior às empresas que não implantaram o Sistema de Gestão Ambiental.

REFÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEJANDRO, Sérgio C.; **Sistema de gestão Ambiental: Responsabilidade Social. Sustentabilidade, Produção mais limpa/** Sérgio Correa Alejandro – Mogi das Cruzes, SP: Oriom Editora, 2002.
- BAROTO, Anderson. **Marketing Verde. Faculdade Educacional de Cornélio Procopio.** - Paraná: 2007. < http://faccrei.edu.br/gc/anexos/rvartigos_19.pdf > Acesso em: 06 setembro 16.
- BISPO, Carlos Alberto Ferreira; CAZARINI, Edson Walmir. **Avaliação Qualitativa Paraconsistente do Processo de Implantação de um Sistema de Gestão Ambiental.** Universidade São Paulo: GESTÃO & PRODUÇÃO, v.13, n.1, p.117-127, jan.-abr. 2006. < <http://www.scielo.br/pdf/%0D/gp/v13n1/29581.pdf>> Acesso em: 23 março 16.
- CAMPOS, L. M. S.; Melo, D. A. **Indicadores de desempenho dos Sistemas de Gestão Ambiental (SGA): uma pesquisa teórica.** Produção, v. 18, n. 3, p. 540-555, 2008. < <http://www.scielo.br/pdf/prod/v18n3/a10v18n3> > Acesso em: 23 março 16.
- CORREIA, C.M. e S.; AMARAL, J. F. e S. **A influência do sistema de gestão ambiental na imagem organizacional perante os stakeholders: uma indústria têxtil de minas gerais.** Belo Horizonte, v.7, n.2, p.39-50, jul-dez. 2006. < <http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/430/425> > Acesso em: 02 setembro 2016.
- DELANI, Luciane. **Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS.** – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. < <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf> > Acesso em 25 março 2016.
- FERREIRA, Giselle Gama Torres; TAVARES, Fred. **Marketing verde: um olhar sobre as tensões entre greenwashing e ecopropaganda na construção do apelo ecológico na comunicação publicitária.** - Revista Espaço Acadêmico. Nº138. UFRJ, 2012. ISSN1519-6186. < <http://ojs.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/18725> > Acesso em 16 agosto 2016.
- GATTI, Bernadeti A. **Estudos Quantitativos em Educação. Educação e Pesquisa.** São Paulo, v.30, n.1, p. 11-30, jan./abr. 2004. <http://www.scielo.br/pdf/ep/v30n1/a02v30n1.pdf> > Acesso em 25 abril 2016.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002. < https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf > Acesso em: 26 março 2016.
- KRAEMER, M. E. P.; **Contabilidade Ambiental o Passaporte para a Competitividade. CRCS & Você** – Florianópolis, V.1, n.1, p.25-40, dez/2001 – mar/2002. < <http://revista.crcsc.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/CRCSC/article/view/971> > Acesso em: 02 setembro 2016.
- NICOELLA, Gilberto; MARQUES, João Fernando; SKORUPA, Ladislau Araújo. **Sistema de Gestão Ambiental: aspectos teóricos e análise de um conjunto de empresas da região de Campinas.** São Paulo: Embrapa, v. 1, agosto. 2004. < http://www.cnpma.embrapa.br/download/documentos_39.pdf > Acesso em: 16 agosto 2016.

OLIVEIRA, Otavio Jose de ; PINHEIRO, Camila Roberta Muniz Serra. **Implantação de sistemas de gestão ambiental ISO14001: uma contribuição da área de gestão de pessoas**. Gest. Prod., São Carlos, v. 17, n. 1, p. 51-61, 2010. <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v17n1/v17n1a05> > Acesso em: 25 agosto 2016.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de; WAISSMAN, Vera. **Integrando ação e comunicação para uma estratégia de Marketing Ambiental**: O caso Aracruz Celulose. Fundação Getúlio Vargas - FGV-RJ, EBAPE. REAd – Edição Especial 30 Vol. 8 No. 6, nov-dez 2002. <<http://seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/42734/27089> > Acesso em: 25 agosto 2016.

OLIVEIRA, Otavio Jose de ; SERRA Jose Roberto. **Benefícios e dificuldades da gestão ambiental com base na ISSO 14001 em industriais de são Paulo**. São Paulo: Produção, v. 20, n. 3, jul./set. 2010, p. 429-438. <http://www.scielo.br/pdf/prod/v20n3/aop_T6_0009_0078.pdf > Acesso em: 02 setembro 2016.

REVISTA EXAME. **Guia de sustentabilidade**. São Paulo: Abril, 2013 <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/guia-de-sustentabilidade/arquivo/2013/>> acesso em: 15 julho 2016.

_____. **Guia de sustentabilidade**. São Paulo: Abril, 2014 <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/guia-de-sustentabilidade/arquivo/2014/>> acesso em: 20 julho 2016.

_____. **Guia de sustentabilidade**. São Paulo: Abril, 2015 <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/guia-de-sustentabilidade/arquivo/2015/>> acesso em: 20 agosto 2016.

SEIFFERT, Mari Elizabete Bernardini. **Sistemas de gestão ambiental (SGA-ISSO 14001)**. São Paulo: atlas, 2011.

SILVA, Vanessa Bólico da. **Análise do consumidor consciente e do marketing ambiental: reflexos do índice de sustentabilidade empresarial (ISE) na imagem das empresas**. REN – Revista Escola de Negócios, v.2 n.2, ago.-dez. 2014, p.78-97. <<http://www.fagap.com.br/index.php/administracao/article/view/58/97> > Acesso em: 02 setembro 2016.

UCHÔA, A. W. G.; POZZETTI, V. C. **A CONTRIBUIÇÃO DOS INCENTIVOS FISCAIS E TRIBUTOS DE COMPETENCIA COMUM NA DEFESA DO MEIO AMBIENTE**. Centro de ensino Superior do Amazônia. Amazônia, 2014. <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=60ba700c9dd92b67> > Acesso em: 17 outubro 2016.