

A gestão ambiental: uma alternativa competitiva diante dos novos paradigmas da contemporaneidade.

Verônica Ferreira Silva dos SANTOS ¹

1. Graduanda em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual de Feira de Santana. Bolsista iniciação científica PIBIC/FAPESB

Recebido em 26 de setembro 2009; revisado em 2 de outubro 2009; aceito em 5 de outubro 2009

Resumo

O presente artigo trata da relação entre gestão ambiental e competitividade tendo em vista as novas exigências do mercado, no que tange o desenvolvimento sustentável. Inicialmente faz-se uma breve explanação sobre o processo de globalização destacando as mudanças ocorridas nas últimas décadas nos mercados internacionais e suas implicações para a competitividade das empresas, utilizando-se de um denso referencial teórico e dos principais autores que promovem essa discussão. Em seguida, debate-se a importância da questão ambiental para a competitividade empresarial. E por fim, percebe-se a relevância de inovações no âmbito empresarial para que as organizações não só se mantenham competitivas no mercado, mas também possam contribuir para um desenvolvimento sustentável.

Palavras Chave: Gestão Ambiental, globalização, competitividade.

Abstract

This article deals with the relationship between environmental management and competitiveness in view of the new market requirements, in terms of sustainable development. Initially it is a brief explanation of the globalization process highlighting the changes in recent decades in the international markets and its implications for the competitiveness of enterprises, using a dense theoretical and the mains authors who promote this discussion. Then debate the importance of environmental issues to business competitiveness. Finally, we see the importance of innovations in business for organizations to not only remain competitive in the market, but also can contribute to sustainable development.

Key Words: Environmental Management, globalization and competitiveness

Introdução

Os efeitos provocados ao meio ambiente devido ao desenvolvimento sócio-econômico dos países desenvolvidos e em desenvolvimento e ao desenfreado avanço tecnológico têm despertado uma preocupação cada vez mais acentuada em torno da preservação dos recursos naturais. Se até a década de 1950 acreditava-se que os recursos naturais eram inesgotáveis, nas duas décadas seguintes a humanidade começou a sentir mais acentuadamente os efeitos da industrialização descontrolada.

As crescentes mudanças na natureza causadas pela ação antrópica direcionou o foco das atenções para a questão ambiental e as discussões a respeito do desenvolvimento sustentável ganharam ênfase. O conceito de desenvolvimento sustentável adotado pelo Relatório da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento se transformou em um marco referencial a ser seguido por todos os países.

A partir da divulgação desse Relatório os governos nacionais passaram a estabelecer normas legais de proteção ao meio ambiente e as empresas e os consumidores começaram a despertar para os riscos ambientais do desenvolvimento desenfreado.

Os governos dos países desenvolvidos e em desenvolvimento utilizando-se do seu poder regulatório começam a legislar sobre as questões relacionadas à conservação do ambiente e à preservação dos recursos naturais.

As empresas, por seu turno, começaram a perceber que poderiam gerar mais lucros e ficar mais competitivas se incorporassem preocupações com o meio ambiente em suas estratégias competitivas. Com vistas a obter essas vantagens, as empresas passaram a adotar práticas ecologicamente corretas, como o uso de tecnologias de produção mais-limpas, a racionalização do uso dos recursos naturais, a responsabilidade socioambiental ou mesmo a implantação de um Sistema de Gestão Ambiental.

A questão ambiental tornou-se assim um elemento essencial da estratégia competitiva no mundo dos negócios. A responsabilidade ambiental passou a ser encarada como uma necessidade de sobrevivência das empresas, constituindo-se em um novo mercado promissor – um novo produto ou serviço a ser vendido – e em elemento da política de marketing e da competitividade.

Por outro lado, o consumidor neste século XXI está muito mais consciente e exigente do que no século passado. Este novo consumidor modificou o seu comportamento em relação aos produtos e serviços que consomem, convertendo a responsabilidade sócio-ambiental muitas vezes em fator determinante para a compra de um produto ou serviço. Percebendo a importância da questão ambiental para os consumidores no mundo contemporâneo, as empresas estão buscando novas alternativas de gestão para se manterem competitivas no mercado.

As novas técnicas associadas à gestão ambiental são importantes alternativas para que as empresas industriais ou agrícolas se mantenham competitivas no mercado ao mesmo tempo em que utilizam os recursos naturais de maneira sustentável.

O objetivo desse trabalho consiste em analisar as práticas de gestão ambiental como fator de competitividade para as empresas na contemporaneidade.

Além desta introdução este artigo apresenta mais três seções. A seção dois trata das exigências que o processo da globalização trouxe para o mundo empresarial e faz uma breve discussão sobre o conceito de competitividade das empresas. A seção três aborda a relação entre competitividade e meio ambiente. Por fim, são apresentadas as considerações finais.

O mundo globalizado e a competitividade empresarial

As novas exigências para as empresas no mundo globalizado

Com o fim da Guerra Fria, o termino do bipolarismo Ocidente x Oriente e o triunfo do capitalismo, a globalização tomou impulso. A disseminação dos ideais liberais e a revolução das telecomunicações proporcionaram uma ligação cada vez maior entre os mercados internacionais. Segundo Maimon (1996), esse processo começa na década de 1970 como respostas aos choques do petróleo, ao aumento da taxa de juros em 1979 e às crises de regulações nacionais que deles resultaram.

A globalização se acelera ainda mais, na década de 1980, como consequência da queda dos preços das commodities e do petróleo, da concomitante ascensão do capital como força motriz do crescimento econômico, além das mudanças tecnológicas que se aceleraram e transformaram as estruturas industriais, sob o impacto da veloz difusão das tecnologias de informação, baseadas na microeletrônica. Em conjunto a esses fatores a criação dos blocos econômicos, como por exemplo, o MERCOSUL, o NAFTA e a União Européia, provocaram uma redução de barreiras comerciais e conseqüentemente obteve-se liberdade total para o fluxo de capital no mundo.

A globalização proporcionou benefícios às corporações e também tornou a economia muito mais competitiva e os consumidores muito mais exigentes. Segundo Porter apud Epelbaum (2004) a competição se intensificou de forma drástica ao longo das últimas décadas, em

função da desregulamentação, da ruptura dos monopólios e da trajetória no pós-guerra de países como Japão, Alemanha e EUA.

No Brasil, de acordo com Coutinho e Ferraz (1994), as grandes transformações e a crescente integração da economia mundial na década de 1980 afetaram-no de forma extremamente desfavorável. Devido aos seguintes motivos: a crise da dívida; a desorganização das finanças públicas decorrentes da dívida; a perda do dinamismo da economia brasileira; e a intensificação das fricções comerciais. Entretanto, a globalização financeira pós-1990, modificou substancialmente o acesso dos países em desenvolvimento aos mercados financeiros e de capitais. Esse fator foi fundamental para a captação de financiamento aos investimentos brasileiros e também para a entrada de empresas multinacionais no país.

Atualmente, as empresas nacionais buscam novas estratégias, ou seja, formas alternativas de participação e diferenciação no mercado, para se manterem ou ganhar competitividade, frente a grandes concorrentes mundiais. Para Poter (1994, p.45), “uma estratégia competitiva efetiva assume uma ação ofensiva ou defensiva de modo a criar uma posição defensável contra as forças competitivas”.

Devido a estas circunstâncias o mundo dos negócios vive em constante mudança, e o que no século passado era um paradigma crucial para o desenvolvimento das empresas hoje não é mais. Um exemplo ilustrativo dessa mudança é o tamanho das empresas. Segundo John Naisbitt (1991, p.9) “à medida que o mundo se integra economicamente, as suas partes componentes estão se tornando mais numerosas, menores e mais importantes. De uma só vez, a economia global está crescendo, enquanto o tamanho das partes está encolhendo.”, ou seja, quanto menores as empresas, mais eficazes são, ou quanto mais setores existirem nas grandes empresas melhor será o desempenho da mesma.

Além do tamanho, a inserção de tecnologias na produção ou no produto também se torna um fator decisivo em um mundo dinâmico, onde as transformações acontecem constantemente. Então inovar é palavra chave para se manter perante a concorrência. De acordo com Schumpeter (1985) entende-se por inovação a introdução de um novo produto, de um novo processo de produção, a abertura de um novo mercado ou conquista de uma nova fonte de matérias-primas ou a introdução de uma nova estrutura de mercado.

Além de todos esses tópicos que Schumpeter listou, inovar também é implantar um novo sistema de gerenciamento, é se preocupar com o bem estar social (responsabilidade social) e com o meio ambiente, ou seja, elaborar estratégias que atinjam não apenas as necessidades do consumidor, mas também o seu bem-estar.

Nos últimos anos, com a economia internacional mais integrada as empresas são forçadas a se empenharem no cumprimento de leis e normas internacionais e nacionais, a fim de alcançarem sempre um maior número de consumidores. Uma dessas novas exigências da economia mundial consiste no desenvolvimento sustentável, fazendo com que a preservação ambiental e a competitividade se relacionem em prol de uma conservação ecossistema e de uma melhora na qualidade de vida da humanidade.

A Competitividade Empresarial.

Como já foi visto anteriormente, as transformações ocorridas no âmbito internacional devido à globalização e a conseqüente abertura de mercado e instabilidade monetária fizeram com que as empresas procurassem estratégias para manter a longevidade da firma. Esse processo competitivo acirrado é inerente ao sistema capitalista e as transformações do comportamento dos agentes econômicos são estratégias que possibilitam a reprodução do capital. Coutinho e Ferraz (1994, p.95) afirmaram que “A competitividade tornou-se um imperativo do cenário contemporâneo, no bojo do processo de rápida mudança tecnológica e

de globalização financeira.” Sendo assim a competitividade no mundo globalizado passou a ser entendida como a causa principal do êxito ou do fracasso das organizações empresariais e a competição como a principal responsável pela adequação das atividades de uma empresa em relação ao seu entorno, fruto das estratégias competitivas adequadamente utilizadas pelas mesmas.

Na literatura que trata do conceito de competitividade encontramos distintas definições para este conceito. Ora o conceito se relaciona à unidade de observação (nações, setores econômicos, firmas), ora aos produtos em questão, ora ao intuito da análise, além de outros.

Em seu estudo sobre competitividade Chudnovsky *apud* Kupfer (1991) apresenta dois enfoques sobre este conceito: o microeconômico e o macroeconômico. No enfoque microeconômico encontram-se as definições de competitividade centradas sobre a firma. Nessa perspectiva, encontram-se as definições que associam competitividade à aptidão de uma firma no projeto, produção e vendas de um determinado produto em relação aos seus concorrentes. Embora sejam essas definições muito generalizadas, por se estender a países, focalizam a empresa como o sujeito.

Por sua vez, no enfoque macroeconômico, a competitividade é entendida como a capacidade de economias nacionais de apresentarem certos resultados econômicos, muitas vezes relacionados com o comércio internacional, em outros, mais amplos, com a elevação de nível de vida e o bem-estar social.

No plano da ciência microeconômica ou da estratégia dos negócios a competitividade é tratada no nível mais desagregado e detalhado de análise dessa temática. Muitas vezes os fatores determinantes para garantir a competitividade se situam em um alto grau de generalizações. Entretanto, a questão essencial é conhecer os fatores que verdadeiramente influenciam o sucesso ou não das empresas.

Segundo Ferraz (1995), a competitividade pode ser definida de duas formas distintas. Primeira, a competitividade como a participação da firma no mercado (market-share) num certo momento do tempo, ou seja, competitividade revelada. Segunda, a competitividade como a eficiência produtiva, ou seja, a competitividade é traduzida através da relação insumo-produto praticada pela firma. Em outras palavras, é a capacidade da empresa em converter os insumos que utiliza em produtos com a maior taxa de rendimento.

Silva (2001, p37) define competitividade “...como a capacidade das firmas de estabelecer estratégias que compreendam tanto o contexto externo (mercado e sistema econômico) quanto o interno (sua organização) a fim de manter ou superar a sua participação no mercado no processo de competição.” Segundo o autor a noção de competitividade é intrínseca à noção de concorrência, a qual caracteriza-se pelo processo de disputa entre as firmas.

Para Coutinho e Ferraz (1994) a competitividade encontra-se organizada em quatro dimensões essenciais:

a) o reconhecimento e a legitimação política e social dos objetivos de competitividade, o que requer um compromisso mínimo entre competitividade e equidade; b) a qualidade dos recursos humanos envolvidos nos processos produtivos e na gestão das empresas. Em matéria de sua qualificação, escolaridade, capacitação e grau de iniciativa; c) a maturidade, o respeito e o mútuo reconhecimento entre capital e trabalho em matéria de negociações trabalhistas, que resultam em sistemas de remuneração que distribuem equitativamente os ganhos de produtividade; d) o envolvimento amplo e consciente dos consumidores quanto às exigências de qualidade e de conformidade dos produtos às normas de saúde, meio ambiente e segurança e à padronização técnica envolvida. (Coutinho e Ferraz: 1994, p. 97)

De acordo com Porter *apud* Epelbaum (2004, p. 36): “... vantagem competitiva é a posição favorável em termos de lucratividade sustentável, representada por ganhos acima da média do mercado específico”.

A análise das estratégias competitivas possíveis para as empresas são denominadas estratégias genéricas (Porter, 1994). Desenhando as estratégias genéricas as empresas buscam discernir suas vantagens competitivas em função de baixos custos e/ou diferenciação. Uma empresa diferencia-se de seus competidores quando oferece algo único que é valorizado pelos seus clientes. Ou pode também oferecer esse algo a um preço aceitável. A diferenciação conduz a empresa a uma performance superior quando o preço praticado excede os custos adicionais por ser único naquele mercado.

Este processo de diferenciação não se situa de modo agregado e generalizado na empresa, mas, sobretudo, em atividades específicas que a firma executa e que afeta os clientes de alguma maneira. Algumas fontes específicas estão relacionadas à alta conformação às especificações, a aparência atrativa do produto, respostas rápidas às mudanças de especificações, etc. Também aspectos ligados com as preocupações com o meio ambiental podem estar relacionados a diferenciais competitivos.

A relevância da questão ambiental para a competitividade empresarial

A Influência ambiental na competitividade das Empresas

A competitividade é um fator inerente ao sistema capitalista e a permanência das empresas no mercado deve-se, claramente, a consolidação de estratégias competitivas adequadas. Nesse contexto competitivo a questão ambiental vem ganhando espaço nas preocupações sociais das empresas, ao perceberem o crescente interesse e preocupação da sociedade com o meio ambiente. As organizações estão procurando assumir o papel de agentes participantes das mudanças em respostas às expectativas da sociedade (May, Lustosa e Vinha, 2003).

Tendo em vista esse posicionamento das empresas, como agentes participantes das mudanças, configura-se a aproximação entre ecologia e economia. Com essa aproximação entre estes dois campos, o desenvolvimento sustentável passou a constituir um fator importante para a instituição, complementando a idéia de que a Gestão Ambiental é uma ferramenta que possibilita a oportunidade de promoção da rentabilidade e produtividade para as empresas, sem danos ao meio ambiente, ou ao menos impactos reduzidos.

Percebe-se, com isso, que a Ciência Econômica, devido ao seu caráter multidisciplinar, apresenta um papel importante para as novas diretrizes comerciais no mundo contemporâneo. Segundo Clinton-Davis *apud* Vieira e Rocha:

Primeiro, para resolver os problemas da deterioração ambiental e da pobreza, sobretudo no Terceiro Mundo, é essencial um desenvolvimento econômico contínuo. Segundo, temos de conciliar a proteção ambiental com o crescimento econômico. Há um consenso cada vez mais forte de que isto é perfeitamente possível e conveniente. Terceiro, há também um forte consenso de que a aplicação de padrões estritos favorece o crescimento econômico e também o meio ambiente, estimula a inovação, promove a criatividade e a eficiência, e, além disso, cria empregos. Quarto, atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável, boas condições ambientais e padrões de vida razoáveis, para todos, requer mudanças muito acentuadas de atitudes. (Vieira e Rocha: 2003, p.2).

Pode-se então afirmar que, o atual interesse das empresas pelas questões ambientais representa uma real convergência de interesses políticos, sociais e, principalmente, econômicos, com o propósito de promover a inter-relação entre competitividade e ambiente sustentável.

Segundo May, Lustosa e Vinha (2003):

As regulamentações ambientais modificam o ambiente seletivo de inovações, influenciando diretamente a competitividade das empresas, que varia de um setor a outro de acordo com os seguintes fatores: gastos com meio ambiente (custos e investimentos), tipo de setores e seus potenciais impactos sobre o meio ambiente, possibilidade de diferenciação de produto, esfera da concorrência (local, regional ou internacional), tamanho da empresa, ciclo de investimento. (May, Lustosa e Vinha: 2003, p.164).

A preocupação com os impactos que a produção, seja ela industrial ou agrícola, causa ao meio ambiente, transformou-se em um novo fator determinante para a competitividade das empresas, surgindo com isso os chamados mercados verdes ou *ecobusiness*. De acordo com Maimon (1996), estes mercados criam novas oportunidades de negócios – criação e difusão de novos produtos e serviços – cuja demanda depende da difusão da consciência ecológica. O mercado verde pode ser constituído simultaneamente de pequenas e grandes empresas.

Para May, Lustosa e Vinha (2003), esses segmentos de mercado são variados, situam-se em vários setores da economia e constituem-se de produtos destinados ao consumo, assim como de bens de capitais e serviços. Esses autores citam como exemplos de *ecobusiness* os ecoprodutos, os equipamentos, as empresas prestadoras de serviços, a biotecnologia e a bioeconomia”. Nos últimos anos, o *ecobusiness* têm se mostrado bastante promissor devido principalmente às mudanças climáticas provocadas pelo aquecimento global.

Em vista dos argumentos apresentados, pode-se afirmar então que o atual interesse das empresas pelas questões ambientais representa uma real convergência de interesses econômicos, políticos e sociais com o propósito de promover a inter-relação entre competitividade e ambiente sustentável.

A questão ambiental e sua gestão

O início da chamada Revolução Industrial, ocorrida no século XVIII, é o marco na relação da indústria com o meio ambiente. Uma relação que desde o começo mostrou-se de forma desatenciosa, com as indústrias alcançando cada vez mais espaço na sociedade humana e o meio ambiente visto basicamente como um fornecedor de insumos.

As questões ambientais começaram a ganhar as pautas das notícias a partir da década de 70 do século XX, com a Conferência das Nações Unidas em Estocolmo, na Suécia, com a participação de 113 países. A pauta da reunião foi o Desenvolvimento e o Meio Ambiente Humano. Essa Conferência é extremamente importante, pois representa o marco inicial da discussão sobre os problemas ambientais e a relação entre desenvolvimento e meio ambiente.

Como resultado, foi criado um documento histórico com 24 artigos, assinado pelos participantes, e teve como principais desdobramentos a criação do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) e foi instituído o dia 5 de junho como o Dia Internacional do Meio Ambiente.

Na década de 70, o Brasil vivia o chamado “milagre econômico” e os governos de então se mostraram totalmente desinteressados pela questão ambiental. Este aspecto pode ser explicado também, segundo Maimon (1996), pela reduzida e discreta ocorrência de desastres ecológicos, assim como pelas inexpressivas, ainda que crescentes ações das associações

ambientalistas brasileiras, e, sobretudo, pelo consenso de que o crescimento econômico e a harmonia ambiental eram dois objetivos incompatíveis.

Foi na década de 80 que aumentou conscientização, no que tange a preservação ambiental. Surge nessa época um número cada vez crescente de ONG's e dos movimentos ambientalistas. É também nessa década que surge em muitos países leis que regulam a atividade industrial, nos aspectos referentes aos impactos ambientais. Diante de tais mudanças, a política ambiental brasileira passa a ser um pretexto adicional para críticas ao nosso modelo econômico, que é questionado não somente pelas elevadas taxas de inflação, pelo protecionismo, por não honrar com o pagamento da dívida externa, pela perversa política social, mas também por ser um dos principais causadores na questão do efeito estufa.

Ainda na década de 80 devido às pressões exteriores, com relação à política ambiental brasileira, o país reassume seu papel defensivo e cria o Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). Outro acontecimento importante dessa década, no Brasil, foi a criação da legislação ambiental, a Lei 6.938 da Política Nacional do Meio Ambiente de 1981. A referida lei instituiu o SISAMA - Sistema Nacional de Meio Ambiente, visando harmonizar o desenvolvimento socioeconômico e o meio ambiente, mediante a adoção de condições para o desenvolvimento sustentável, ou seja, explorando os recursos naturais conscientemente, de acordo com os interesses da segurança nacional, garantindo principalmente à proteção da dignidade da vida humana.

A Lei 6.938, de 31 de agosto de 1981 dispõe sobre a Política Nacional de Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação e dá outras providências. O art. 3º dessa lei definiu o que é meio ambiente, degradação ambiental, poluição, poluidor e recursos ambientais. Sendo assim, o art. 3º da Lei nº 6.938 outorga que:

I - meio ambiente, o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas;

II - degradação da qualidade ambiental, a alteração adversa das características do meio ambiente;

III - poluição, a degradação da qualidade ambiental resultante de atividades que direta ou indiretamente:

- a) prejudiquem a saúde, a segurança e o bem-estar da população;
- b) criem condições adversas às atividades sociais e econômicas;
- c) afetem desfavoravelmente a biota;
- d) afetem as condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente;
- e) lancem matérias ou energia em desacordo com os padrões ambientais estabelecidos;

IV - poluidor, a pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, responsável, direta ou indiretamente, por atividade causadora de degradação ambiental;

V - recursos ambientais: a atmosfera, as águas interiores, superficiais e subterrâneas, os estuários, o mar territorial, o solo, o subsolo, os elementos da biosfera, a fauna e a flora.

Posteriormente a Constituição Federal de 1988 consagra essa preocupação ambiental dedicando um capítulo inteiro ao meio ambiente. O art. 225, dessa Constituição estabelece que:

Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo para as presentes e futuras gerações. (Constituição Federal, art. 225).

Após a criação da legislação ambiental o Brasil cedia, em 1992, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CONUMAD), conhecida como ECO-92 ou Rio-92. Essa Conferência reuniu 172 países e consolidou um melhor entendimento da relação mútua entre desenvolvimento e meio ambiente ecologicamente equilibrado, e a conservação desse ambiente para as gerações futuras.

Atualmente as inquietações com as agressões causadas ao meio ambiente estão muito intensas e a sociedade está cada vez mais consciente da necessidade da preservação ambiental e da importância que o governo e as empresas exercem nessa preservação.

Nesse novo contexto, o Sistema de Gestão Ambiental (SGA) apresenta-se muitas vezes como a saída para essas empresas atingirem os consumidores exigentes e preocupados com a sobrevivência do planeta.

Um Sistema de Gestão Ambiental - SGA, segundo Maimon (1996, p.72) é definido como um conjunto de procedimentos para gerir ou administrar uma organização, de forma a obter o melhor relacionamento com o meio ambiente.

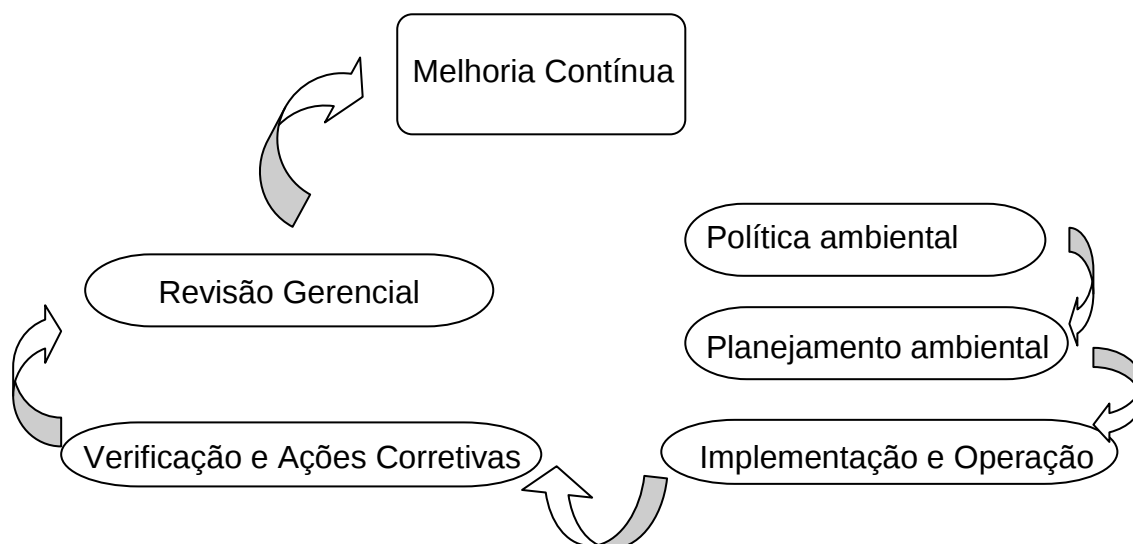
May, Lustosa e Vinha (2003) define um SGA como uma estrutura organizacional que permite à empresa avaliar e controlar os impactos ambientais de suas atividades, produtos ou serviços.

Andrade, Tachizana e Carvalho apresentam uma definição mais específica do SGA, segundo o autor:

Entende-se por gestão ambiental um processo contínuo e adaptativo por meio do qual uma organização define (e redefine) seus objetivos e metas relativas à proteção do ambiente e à saúde e segurança de seus empregados clientes e comunidade, assim em determinado período de tempo, por meio da constante interação com o meio ambiente externo. (A Andrade, Tachizana e Carvalho: 2000, p. 113).

A norma internacionalmente aceita e cujo objetivo é estabelecer os elementos básicos para a implementação e operação de um Sistema de Gestão Ambiental é a ISO 14001. Esses elementos incluem a criação de uma política ambiental, o estabelecimento de objetivos e alvos, a implantação de um programa para alcançar esses objetivos, a monitoração e medição de sua eficácia, a correção de problemas e a análise e revisão do sistema para aperfeiçoá-lo e melhorar o desempenho ambiental geral.

Maimon apresenta as seis principais etapas do SGA, mostrados na figura abaixo:



Adaptado de Maimon (1996).

Nesta figura, observam-se todas as etapas necessárias para o bom funcionamento do SGA, e da importância dos gestores da empresa para a realização desse processo. Pode-se identificar também que o SGA é um sistema que necessita de constantes melhorias, tendo que estar sempre observando se as práticas estabelecidas estão sendo cumpridas, de modo que o meio ambiente esteja sendo conservado.

O processo de certificação ISO 14001 mantém coerência com esses objetivos ao envolver pressupostos que tratam, fundamentalmente, dos recursos e habilidades organizacionais da empresa. Dentre eles, a mudança de valores organizacionais, como o respeito e proteção à natureza; a introdução de novos rituais e atitudes, a exemplo do controle de rejeitos e/ou de desperdícios, de reuniões regulares entre funcionários e administradores, de aumento do treinamento, entre outros, que melhoram, sem dúvida, as capacidades da organização.

Por outro lado, a adoção de Sistemas de Gestão Ambientais tem caráter voluntário e diferencia-se de uma postura gerencial que vise somente ao atendimento à legislação existente. Portanto, está implícito que esses sistemas devem ir além do simples atendimento às regulações, já que além dos aspectos e impactos ambientais deve ser considerado, também, o atendimento às necessidades dos "stakeholders". Ou seja, as demandas desses atores também devem ser balizadores do processo de formalização da política ambiental da empresa.

Considerações Finais

Este artigo se propôs a discutir a importância da implantação de um sistema de gestão ambiental para a permanência das organizações em um mercado cada vez mais competitivo e com consumidores mais exigentes e também conscientes do seu papel e da relevância do posicionamento das instituições para a preservação do meio ambiente.

A partir do que foi exposto percebe-se que a adoção de Sistemas de Gestão Ambientais tem caráter voluntário e diferencia-se de uma postura gerencial que vise somente ao atendimento à legislação existente. Portanto, está implícito que esses sistemas devem ir além do simples atendimento às regulações, já que além dos aspectos e impactos ambientais deve ser considerado, também, o atendimento às necessidades dos "stakeholders". Ou seja, as demandas desses atores também devem ser balizadores do processo de formalização da política ambiental da empresa.

A partir dessa compreensão mais dinâmica, as firmas que desejarem conquistar novos mercados e/ou manter suas vantagens competitivas devem aperfeiçoar cada vez mais essas capacidades organizacionais. Essas capacitações organizacionais mais fundamentais resultam da existência de um quadro de trabalhadores e gerentes que saibam interpretar com competência as mudanças no ambiente externo e que sejam capazes de antecipar exigências e requerimentos futuros, munindo-se de recursos tecnológicos para essas necessidades.

As empresas que adotarem esta visão obterão inúmeros benefícios. O desenvolvimento da consciência ambiental cria um novo mercado consumidor, o eco-mercado, na medida em que os consumidores passam a dar preferência à empresa que esteja comprometida com a preservação, conservação e melhoramento do meio ambiente. Por outro lado, a imagem da empresa melhora e a produtividade aumenta, pois uma organização sadia e sintonizada com os interesses da comunidade atenderá melhor e mais clientes dispostos a pagar mais por produtos mais "limpos", ou seja, os "eco-produtos".

Enfim, pode-se afirmar que quando uma empresa investe na gestão ambiental, está também investindo diretamente na melhoria da sua marca institucional e pode utilizar desse investimento para fazer marketing e reforçar suas vantagens competitivas (Maimon, 1996).

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Rui B.O.; TACHIZANA, Takeshy; CARVALHO, B. Ana. **Gestão Ambiental - Enfoque Estratégico Aplicado ao Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: Ed. Makron Books, 2000.

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social-BNDES. **Protocolo de intenções pela responsabilidade sócio ambiental que entre se celebram o Ministério do Meio Ambiente, o, a Caixa Econômica Federal, o Banco do Brasil S.A., o Banco da Amazônia S.A. e o Banco do Nordeste do Brasil S.A.-BNB**. Disponível em <http://www.bndes.gov.br/protocoloverde.pdf>, acessado em 12/08/2008.

BORGES, B. Bruno. **Responsabilidade Ambiental: como obter vantagem competitiva**. Monografia (Bacharelado em Administração) Universidade Estadual de Feira de Santana, 2007.

CASTRO, Marcelo S.; VIESI, Wladimir T. **Competitividade e Sustentabilidade sob a ótica do Sistema de Gestão Ambiental no segmento da Carcinicultura na Região Nordeste**. In: Simpósio de Engenharia de Produção, novembro de 2007.

Centro Nacional de Tecnologias Limpas-CNTL/SENAI-RS. **Princípios Básicos de Produção mais limpa em Matadouros Frigoríficos**. Porto Alegre, 2003.

Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental-CTESB. Governo do Estado de São Paulo, Secretaria do Meio Ambiente. **A Produção Mais Limpa e o Consumo Sustentável na América Latina e Caribe**. São Paulo, 2005.

COUTINHO, Luciano; FERRAZ, João C. **Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira**. 2º edição. Campinas: Ed. UNICAMP, 1994.

Cultivo da Videira. Editor: Patricia Coelho de Souza Leão
http://www.cpatas.embrapa.br/sistema_producao/spvideira/index.htm acessado em 07/09/2008.

EPELBAUM, Michel. **A Influência da Gestão Ambiental na Competitividade e no Sucesso Empresarial**. Tese (Mestrado em Engenharia de Produção)-Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2004. Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde-0207200-190334/>, acessado em 10/04/2008.

FREITAS, Nobel P.; PAYÉS, Manuel Antonio M.; PROFETA, Rogério A. **Competitividade e respostas ambientais das empresas industriais em Sorocaba-SP**. In: Simpósio de Engenharia de Produção, novembro 2007.

FILHO, Silvio Fernando O.; XAVIER, Leonardo F.; COSTA, Ecio F. **A fruticultura irrigada do pólo Petrolina – juazeiro e possibilidade de acesso a novos mercados**. In: IV Encontro de Economia Baiana, setembro de 2008.

GILBERT, Michel J. **BS7750 (Futura ISO 14001) Sistema de Gerenciamento Ambiental**, Ed IMAM, 1995.

Governo do Estado da Bahia. **Programa de Desenvolvimento Regional Sustentável-PDRS: Baixo Médio São Francisco**. Salvador, 2004.

KUPFER, David. **Padrões de concorrência e competitividade**. Disponível em http://www.ie.ufrj.br/gic/pdfs/1992-2_Kupfer.pdf, acessado em 06/08/2008.

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

MAY, H. Peter; LUSTOSA, C.Maria; VINHA, Valéria. **Economia do meio ambiente : teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003, acessado em 07/05/2008.

NAISBITT, John. **Paradoxo global: quanto maior a economia mundial, mais poderosos são os seus protagonistas menores: nações, empresas e indivíduos**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

O que é ISO 14001? Um guia passo a passo para o uso de um Sistema de Gestão Ambiental. Disponível em http://www.bsibrasil.com.br/documentos/What_is_14KBR.pdf, acessado em 02/06/2008.

SCHENINI, Pedro C. **Gestão ambiental no agronegócio**. Florianópolis: Papa-Livro, 2006.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. 2 ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SILVA, Christian. L. **Competitividade e Estratégia Empresarial: um estudo de caso da indústria automobilística brasileira na década de 1990**. Artigo publicado na Revista FAE, Curitiba, v.4, n.1, p.35-48, jan./abr. 2001. Disponível em: http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v4_n1/competitividade_e_estrategia.pdf, acessado em 04/11/2008.

TIBOR, Tom; FELDMAN, Ira. **ISO 14000: um guia para as novas normas de gestão ambiental**. São Paulo: Futura, 1996.

VIEIRA, Rafael; ROCHA, Rogério. **Novos Rumos na Relação Economia – Meio Ambiente: A consolidação de um paradigma sócio ambiental**. Anais do XV Congresso Brasileiro de Economia, Brasília, 2003. Artigo disponível em: www.unioeste.br/cursos/cascavel/economia/xv_cbe/019.pdf, acessado em 04/11/2008.