

Área Temática: Gestão Socioambiental

A POSTURA ECOLOGICAMENTE CORRETA ADOTADA PELAS ORGANIZAÇÕES E A PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA MOVELEIRA

AUTORES

GLAZIELE FACCIN GREFF

Universidade Federal de Santa Maria

glazi.greff@yahoo.com.br

VANESSA PADOIN

Universidade Federal de Santa Maria

vanessa.padoin@yahoo.com.br

AMANDA SARTORI

Universidade Federal de Santa Maria

amandasarto@gmail.com

VITOR FRANCISCO SCHUCH JÚNIOR

Universidade Federal de Santa Maria

vfschuch@uol.com.br

RESUMO

É crescente a preocupação com as questões ambientais, nesse sentido, o presente estudo buscou verificar quais são as políticas ambientais adotadas por uma empresa industrial moveleira, bem como examinar as percepções dos colaboradores da organização com relação a essas políticas. Procurou identificar o conhecimento, a opinião e as expectativas dos mesmos sobre a gestão ecologicamente correta. Trata-se de um estudo de caso que se apresenta em duas etapas: na primeira, de caráter qualitativo, por meio de uma entrevista semi-estruturada aplicada em um gestor da empresa, identificaram-se as quatro ações ambientalmente responsáveis que a mesma adota. Na segunda etapa, num levantamento descritivo, utilizou-se um questionário, o qual foi aplicado nos colaboradores, onde se verificou uma positiva opinião e expectativa dos mesmos com relação às práticas da empresa. Não obstante, observou-se a deficiência dos mesmos em identificar quais são as políticas ambientais que a empresa adota o que indica uma significativa limitação das práticas gerenciais da empresa estudada, uma vez que realiza investimentos em projetos ambientais que não são de pleno conhecimento dos colaboradores. O estudo teve o intuito de destacar a importância dos colaboradores, visto que os mesmos contribuem para a efetivação das práticas pretendidas pelas organizações.

Palavras-chaves: Práticas de gestão, políticas ambientais, sustentabilidade.

ABSTRACT

The concern with the ambient questions is increasing, in this direction, the present study looked for to verify which is sustainable politics adopted by a industrial mobile, as well

as examining the perceptions of the organization collaborators with regard to these politics. It looked for to identify the knowledge, the opinion and expectations of the same ones on the ambient management. The study is case study presented in two moments: first one, qualitative character, by means of an interview half-structuralized applied in a manager of the company, the four sustainable responsibility actions had been identified that the same one adopts. Second stage, in descriptive survey, questionnaire was used, which was applied in collaborators, where it was verified a positive opinion and expectation of the same ones with regard to company practices. Besides, it was observed someone deficiency in identifying which is the sustainable politics that the company practices adopts. This fact could be significant limitation of the management practices of studied company that carries through investments in sustainable projects that haven't full knowledge of the collaborators. The study had intention of to discuss the importance of the collaborators into to contribute for the implantation of practices intended by the organizations.

Key-words: Practices of management, politics ambient, sustainable

INTRODUÇÃO

As questões relativas ao meio ambiente vêm ganhando grande destaque visto a exploração indiscriminada que se vem realizando no ambiente natural, fazendo com que todos os segmentos da sociedade aumentem sua atenção e preocupação com relação a este tema (BEDANTE, 2004). Assim, Motta e Rossi (2003, p. 47) afirmam que “à empresa cabe, portanto uma fatia substancial da resolução dos problemas ambientais e do implemento do desenvolvimento sustentável.”

Dessa maneira, as empresas buscam ações para diminuir seu impacto no meio ambiente, atuando e investindo em movimentos que defendem a bandeira de uma sociedade mais verde, além de passar a lançar no mercado produtos ecologicamente corretos, os quais vêm ganhando evidência nos últimos anos devido aos benefícios oferecidos aos consumidores preocupados com esta questão, bem como ao ambiente (OTTMAN, 1994 apud MOTTA, 2004).

Com o advento dessa preocupação ambiental, as indústrias aos poucos vão se adaptando a essa nova realidade. Nesse contexto, destaca-se a indústria moveleira, a qual tem por objeto a atividade de produção de móveis/mobiliário, em pequena, média ou grande escala. Esse setor vem se destacando, pois este segmento é, no Brasil, um dos pioneiros na obtenção do Selo Verde, o qual certifica que o móvel foi fabricado com matéria-prima oriunda de floresta de manejo sustentável (BLAZIN e GODOY, 2009), o que mostra a evolução e a preocupação desse setor com a questão ambiental. Sendo por este motivo que o presente estudo abordará uma empresa do ramo de fabricação de móveis, valendo-se, então, de um estudo de caso na Mathiane Móveis.

As empresas fabricantes de móveis enfrentam problemas no sentido de aderir a uma gestão ecológica visto que as mesmas geram vários tipos de resíduos, entre os quais os líquidos, que são aqueles derivados de soluções químicas e de lavagens; resíduos gasosos os quais são originários, especialmente, de processos de polimento e lixação da madeira; resíduos gasosos provenientes dos processos de combustão. Sendo que, de acordo com Nahuz (2005), os três tipos de resíduos são capazes de gerar impactos ambientais.

Portanto, nota-se a importância do setor moveleiro agir de forma ecologicamente correta, visto que, para Motta e Rossi (2003), é crescente a preferência dos consumidores por produtos ecologicamente corretos e por empresas com postura não agressiva ao meio ambiente, sendo assim, é por meio de atitudes ecologicamente corretas que as organizações podem ganhar uma vantagem competitiva.

Mas Nahuz (2005) argumenta que para as empresas conseguirem êxito na sua tentativa de aderir a uma gestão ambiental é preciso a conscientização tanto de seus gestores, proprietários e funcionários, por meio de treinamentos que salientam os riscos ambientais que podem gerar as perdas e a poluição. Além disso, é necessário enfatizar a importância dos colaboradores dentro de uma empresa, visto que os mesmos devem estar engajados nas políticas ambientais pretendidas pela organização já que são imprescindíveis para a efetivação dessas políticas.

O advento de atitudes com viés ecológico e a necessidade de visualizar a percepção dos funcionários com relação a essas práticas, visto a importância dos mesmos no contexto organizacional, instiga a necessidade de assumir como problema de pesquisa:

“Qual a percepção dos colaboradores em relação às políticas ambientais adotadas pela empresa?”

Tendo como objetivo principal verificar quais são as políticas ambientais adotadas pela empresa em estudo, bem como examinar as percepções dos colaboradores da organização em relação a elas. Para melhor entendimento do presente estudo de caso, foram traçados objetivos específicos, entre os quais identificar o conhecimento dos funcionários sobre as políticas ambientais da empresa; identificar a opinião dos colaboradores com relação às

práticas ecológicas adotada pela organização; verificar as expectativas dos funcionários sobre a gestão ecologicamente correta.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Procurando sustentar o estudo e o incremento de uma base teórica apropriada à problemática deste trabalho, esta etapa propõe a conceituação teórica, bem como a identificação das principais idéias deste trabalho.

2.1 Produtos Ecologicamente Corretos

Por muito tempo as empresas mantiveram suas atividades sem qualquer preocupação com o uso e o controle do meio natural (FERREIRA, 2004). No entanto, existe uma tendência de mudanças de paradigmas que encontramos no ambiente empresarial (MARQUES, 2001). Essas modificações são resultados dos anseios de uma sociedade, que, segundo Robbins (2000 apud MARQUES, 2001), está mais consciente quanto às questões ambientais. Tendo isso em mente, Tachizawa e Rezende (2000) explicam que a demora em responder às expectativas dos clientes pode incorrer em situações prejudiciais ou custosas para as empresas.

Gradilone (2001) verifica que cada vez mais empresas se envolvem em atividades sociais ou produzem produtos que não agridam o meio ambiente para conseguir melhorar sua imagem, participação no mercado e lucros. Marques (2001) afirma, ainda, que a velocidade com que um produto e serviço são aperfeiçoados faz com que um excelente produto, com preço competitivo e bom serviço agregado deixe de ser uma vantagem para se tornar pré-requisito.

Os produtos ecologicamente orientados representam, hoje, um nicho de mercado definido, explorado por muitas empresas, sendo que as mesmas almejam gerar vantagem competitiva a partir de estratégias baseadas nesses produtos e serviços ecologicamente corretos. De acordo com Ottman (1994 apud MOTTA, 2004) um produto será ecologicamente correto quando contiver algumas características, como por exemplo, for fabricado com a quantidade mínima de matérias-primas; fabricado com matérias-primas renováveis, recicláveis e que conservem recursos naturais no processo de extração; fabricado com a máxima eficiência energética e de utilização de água e com o mínimo despejo de efluentes e resíduos; produtos que utilizam embalagens mais leves e mais volumosas.

Araújo (2008) argumenta, também, que produto ecológico é todo artigo que não seja poluente, nem tóxico, seja benéfico ao meio ambiente e à saúde, contribuindo para o desenvolvimento de um modelo econômico e social sustentável. Utilizando-se de matérias-primas naturais renováveis, obtidas de maneira sustentável, visando o reaproveitamento e a reciclagem, bem como o uso de equipamentos energeticamente eficientes, que utilizem tecnologias limpas ou renováveis.

Os produtos ecologicamente corretos agregam em seus preços mais recursos tecnológicos, menos desperdícios e menor poluição. A satisfação dessa postura da empresa agrada ao público externo e também seus segmentos internos, como colaboradores e acionistas (OLIVEIRA FILHO, 2004, p. 2).

Percebe-se, então, que as empresas não estão voltando sua atenção exclusivamente para o interesse particular, hoje, nota-se a incorporação do interesse social na própria missão empresarial (OLIVEIRA, 2002). Azevedo (2000 apud OLIVEIRA, 2002) comenta que o mais importante é que está havendo uma mudança positiva nas organizações, uma mudança que

está fazendo os empresários refletirem sobre a função social do setor privado, e esta visão está beneficiando tanto a empresa quando a sociedade em geral.

2.2 Empresas Ecologicamente Responsáveis

Com esta nova percepção de sustentabilidade, Lourenço e Schroder (2003) afirmam que há muitas empresas com sensibilidade social e ambiental, e estas possuem um comportamento socialmente responsável, sendo que suas ações são mais antecipadoras e preventivas do que reativas e reparadoras. São essas as organizações empenhadas numa abordagem pró-ativa da responsabilidade ambiental, que agem além da mera obrigação social, procurando formas de resolver problemas ambientais.

Para Lourenço e Schroder (2003), cada vez mais a consciência de uma gestão ambientalmente responsável traz inúmeros benefícios às empresas. Assim, segundo Guedes (2000), considera-se que o retorno social e ambiental institucional empresarial se concretiza através dos seguintes ganhos:

- **Em imagem e em vendas**, pelo fortalecimento e fidelidade à marca e ao produto;
- **Aos acionistas e investidores**, pela valorização da empresa na sociedade e no mercado;
- **Em retorno publicitário**, advindo da geração de mídia espontânea;
- **Em tributação**, com as possibilidades de isenções fiscais em âmbitos municipal, estadual e federal
- **Em produtividade e pessoas**, visto que as empresas ambientalmente responsáveis favorecem, também, o trabalho do endomarketing por ganhar o respeito de seu público interno (LOURENÇO E SCHRODER, 2003).
- **Os ganhos sociais**, diz respeito ao retorno social proveniente das ações empresariais socialmente responsáveis (LOURENÇO E SCHRODER, 2003).

McWilliams e Siegel (2001 apud PEIXOTO, 2003) encontram fortes evidências de que muitos consumidores valorizam atributos de responsabilidade ambiental corporativa. Além disso, esses consumidores estão dispostos a pagar um preço mais elevado por um produto com uma característica social e ambiental adicional, comparado a igual produto sem essa característica. Desta maneira, nos dias atuais, as empresas que não forem ambientalmente responsáveis perderão espaço para aquelas que demonstrarem essa característica. Buffara (2003 apud RAFUL e JUCHEM, 2007) salienta que é provável que uma empresa que não busca uma postura ecologicamente correta não consiga sobreviver num horizonte de médio e longo prazo.

Assim sendo, para continuar concorrendo em mercados cada vez mais competitivos, as empresas devem tomar conhecimento e resolver os problemas ambientais decorrentes de seus processos produtivos, pois, agindo dessa maneira, ganharão espaço entre os consumidores preocupados com o meio ambiente, melhorando, assim, sua performance (SAVI, 2005).

2.3 Os colaboradores e a Gestão Ambiental

Donnelly, Gibson e Ivancevich, (2000) afirmam que as empresas preocupadas com a questão ambiental colocam toda a organização em uma posição de responsabilidade, nota-se,

então, a importância da gestão participativa para que os colaboradores possam se sentir participantes no processo de implementação de políticas ambientais na empresa.

Visando as ações ambientalmente responsáveis, as organizações precisam compartilhar intenções, valores, práticas, para que desse modo os interesses dos funcionários sejam canalizados para o alcance desses objetivos pretendidos pela organização. É importante salientar que a gestão participativa consiste em estabelecer um clima de confiança, transparência e respeito às pessoas, visto que os colaboradores devem estar cientes da necessidade de participação para que, dessa maneira, possa se construir uma nova cultura organizacional. (LIBÂNEO, 2004)

Conforme Fascioni (2005), a participação dos funcionários é de grande valor para a empresa, já que os mesmos contribuem para uma melhor integração e conformidade entre todas as ações e práticas empresariais. Valladares, Leal Filho e Romam (2005) afirmam que a gestão participativa nas organizações promove um intercâmbio do aprendizado individual para o organizacional, facilitando a interação e as experiências, tanto nas práticas de trabalho, quanto nos processos decisórios.

Para a efetivação das práticas ambientais pretendidas pela empresa, observa-se a importância de uma gestão na qual os gestores estão cientes do valor dos colaboradores, visto que a cooperação dos mesmos é imprescindível para que a empresa possa realizar com êxito suas intenções. Além disso, tem-se como resultado o aumento da participação dos funcionários, por meio de sugestões, por exemplo, fortificando o sentimento de propriedade grupal sobre os processos de trabalho (VALLADARES, ROMAN e LEAL FILHO, 2005).

3. CONTEXTO DO ESTUDO

Visto que o presente trabalho se trata de um estudo de caso, a etapa que se segue tem como objetivo expor o contexto do estudo, já que o mesmo foi realizado na empresa Mathiane Móveis, na cidade de Santa Maria, interior do Estado do Rio Grande do Sul.

3.1 Empresa e Histórico

O presente estudo de caso realizou-se em uma empresa do ramo moveleiro da cidade de Santa Maria. Sendo uma empresa de cunho familiar, a Mathiane Móveis produz móveis sob medida nas categorias residencial e comercial, atuando no mercado de Santa Maria e região e também na grande Porto Alegre.

A empresa atua em sede própria com uma área de 700 m², e localiza-se na cidade de Santa Maria – RS, região centro do estado.

A Mathiane Móveis foi fundada em abril de 1988 por Luis Airton Hunhoff e Rosane Inês Hamester Hunhoff. O nome fantasia provém da junção do nome dos três filhos do casal: Matheus, Thiago e Aline.

A empresa nasceu do interesse de seu fundador em criar e desenvolver peças torneadas em madeira. Com o passar dos anos, percebeu-se que as simples peças já não bastavam para um mercado tão abrangente e ao mesmo tempo carente de boas indústrias no ramo. Assim, o fundador percebeu no segmento da indústria moveleira uma grande oportunidade de crescimento, e deste modo, foi ampliando seu mercado e aperfeiçoando sua linha de produção.

Com o passar dos anos a empresa expandiu-se de maneira significativa no setor, passando a produzir móveis exclusivos, sob medida, a fim de atender o público mais sofisticado e com maior requinte. O crescimento exigiu que a Mathiane Móveis se tornasse mais especializada e com maior qualidade, fazendo com que a mesma ganhasse, no ano de 2007, o prêmio Mérito industrial do setor, prêmio de grande destaque e valorização.

A empresa procura sempre investir em melhorias focando no seu crescimento e desenvolvimento, tendo a qualidade como preocupação central. A implantação de programas de qualidade permitiu que a mesma alcançasse um bom índice de satisfação, assim ela aderiu ao Programa Gaúcho de Qualidade e Produtividade (PGQP), o que possibilitou um grande avanço tanto na parte de organização da estrutura física como na gestão administrativa.

A Mathiane Móveis preza por sua qualidade, atendimento e satisfação do cliente, tendo como premissa básica:

“Levar para o lar REQUINTE e MODERNIDADE, para o trabalho FUNCIONALIDADE e CONFORTO, atendendo as necessidades de nossos clientes, entregando-lhes qualidade e satisfação.”

3.2 Estrutura, produtos e serviços

Atualmente, a empresa conta com 13 colaboradores, distribuídos da seguinte maneira:

- Administração: basicamente familiar composta por quatro pessoas:

Aline Hunhoff comanda a direção da empresa (filha);

Matheus Hunhoff é gerente de produção (filho);

O fundador, Luis Airton Hunhoff é gerente de vendas;

Fundadora, Rosane Inês Hamester Hunhoff é gerente de projetos e orçamentos.

- Produção: composta por nove colaboradores:

Dois marceneiros, cinco auxiliares de marceneiros, um montador e um pintor.

Além disso, a empresa conta com um Designer profissional para os projetos e um estagiário nesta área.

A empresa Mathiane Móveis é uma indústria que fabrica todos os tipos de móveis sob medida. Sua gama de produtos é dividida em dois grandes grupos: residenciais e comerciais.

Quanto aos ambientes residenciais, são atendidos todos os tipos de necessidade dos clientes, com os mais diferenciados projetos em quartos, cozinhas, banheiros, salas, lavanderias, escritórios entre outros. Já os projetos comerciais possuem maior abrangência e variedade, e vão desde clínicas e consultórios, a escritórios, lojas, restaurantes entre outros.

Os serviços prestados pela empresa são todos os que envolvem a fabricação dos móveis. A empresa realiza orçamentos e projetos, além de toda a execução e fabricação dos móveis, bem como seu transporte, entrega, montagem e assistência.

4 METODOLOGIA

Mediante os objetivos e finalidades desse estudo de caso, optou-se por realizar uma pesquisa descritiva que tem por alvo observar, registrar e analisar os fenômenos. Segundo Silva e Menezes (2000, p.21), "a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis", sendo que este tipo de pesquisa utiliza-se de técnicas padronizadas de coleta de dados como, por exemplo, o questionário.

O presente trabalho se trata de um estudo de caso realizado na empresa fabricante de móveis Mathiane Móveis. De acordo com YIN (2001) faz-se no estudo de caso uma generalização analítica, e não estatística, sendo assim, as conclusões obtidas ficam limitadas ao caso em questão.

Nesse trabalho buscou-se conhecer quais as políticas ambientais adotadas pela empresa em questão, bem como verificar qual a percepção dos colaboradores com relação a

essas políticas. Sendo assim, para o alcance dos objetivos, a coleta de dados foi realizada em duas etapas:

Na primeira etapa foi feita uma análise documental, onde ocorreu uma apreciação dos documentos de políticas da empresa (relatórios, folhetos, site, propaganda). Posteriormente foi realizada uma entrevista *in loco* com um gerente da empresa. A entrevista, a qual é semi-estruturada, teve o objetivo de levantar dados qualitativos a respeito da gestão ambiental da Mathiane Móveis, buscando identificar também a motivação da empresa para a adoção dessa postura ecológica.

Na segunda etapa foi feito um levantamento de dados descritivos por meio de um questionário aplicado nos funcionários da organização. Esse levantamento teve como objetivo identificar o conhecimento que os mesmos possuem sobre a gestão ambiental; identificar a opinião dos colaboradores com relação às práticas ecológicas adotada pela organização; e verificar as expectativas desses sobre a gestão ecologicamente correta.

4.1 População e amostra

Em se tratando de um estudo de caso, a pesquisa envolve apenas uma empresa. Sendo assim, o levantamento descritivo junto aos colaboradores abrangeu todo o grupo de funcionários. Portanto esse levantamento não envolverá amostras, e sim trabalhará com toda a população, a qual compreende nove funcionários. Visto que se utilizou, também, de uma entrevista junto a um gerente para se realizar a análise documental da empresa, a população compreende 10 indivíduos. Não obstante, dos nove questionários destinados aos colaboradores, apenas oito foram respondidos.

4.2 Técnicas de coleta de dados

Para a dimensão qualitativa do presente estudo, foi realizada uma análise documental para dar a base do trabalho de investigação.

Ainda na dimensão qualitativa, foi feita, posteriormente, uma entrevista semi-estruturada, para a obtenção de dados referentes à empresa e às suas políticas ambientais. De acordo com Queiroz (1988, apud DUARTE, 2002), a entrevista semi-estruturada é uma técnica de coleta de dados onde existe uma conversação entre informante e pesquisador e que deve ser dirigida por este de acordo com seus objetivos.

Para a dimensão quantitativa do projeto, utilizou-se para a coleta de dados o questionário, aplicado nos colaboradores da Mathiane Móveis. Segundo Gomes e Araújo (2005 apud GIL, 2008) o questionário é uma das grandes ferramentas do método quantitativo de pesquisa.

4.3 Análise dos dados

Para a primeira etapa, a qual se trata da dimensão qualitativa da pesquisa, foi feita uma análise dos dados obtidos para a elaboração dos resultados referentes às políticas ambientais adotadas pela empresa Mathiane Móveis.

Para a análise dos dados quantitativos, foi realizada a tabulação dos dados provenientes dos questionários que foram aplicados nos colaboradores da empresa, sendo que para as questões em aberto foi feita uma codificação a posteriori.

5 RESULTADOS

Na parte que se segue serão apresentados os resultados provenientes das duas etapas que constituem esse trabalho.

5.1 Políticas de responsabilidade ambiental da empresa

Para a empresa, o principal fator motivador para a inserção em atividades ecológicas corretas foi o fato de no setor moveleiro não haver pequenas empresas preocupadas com este tema. Além disso, a necessidade da utilização das sobras da produção, que eram jogadas fora, desencadeou todo um processo visando à consciência ambiental por parte da empresa, dos colaboradores e dos clientes.

Quando questionado das atividades que vem sendo realizadas nessa área pela empresa, o gerente de vendas afirma que a Mathiane Móveis está encaminhando, em grande ritmo, seus trabalhos de produção ambiental. As principais atividades que vem sendo desenvolvidas pela empresa são:

- Utilização de filtro no departamento de pintura;
- Destino apropriado para restos de tintas e solventes;
- Separação e seleção correta de cada tipo de lixo;
- Reutilização de retalhos e sobras de madeira.

A empresa passou a utilizar os filtros no departamento de pintura em virtude de que os gases lançados na atmosfera são altamente prejudiciais ao meio ambiente. Assim, com esses filtros, eles esperam diminuir consideravelmente a emissão de gases poluentes.

Quanto aos restos de tintas e solventes, a empresa sempre procura não jogá-los no lixo comum, pois há risco de contaminação do solo. Busca-se a maneira mais apropriada para armazená-los e enviá-los a lugares que possam oferecer destinos corretos a esses resíduos.

Dentro da indústria, em todos os setores e departamentos, há lixeiras diferentes que buscam a separação ecologicamente correta do lixo e resíduos. Assim, cada tipo de lixo é enviado para sua lixeira respectiva, facilitando a seleção e a busca de um destino correto a cada tipo de resíduo.

Outra atividade utilizada pela empresa é a reutilização das sobras e retalhos de madeira. A Mathiane Móveis trabalha, em grande parte, com um tipo de madeira chamada MDF. No entanto, há durante a fabricação dos móveis grandes sobras, o que gera para a empresa custo de armazenamento e ocupação de espaço. Como este material não pode simplesmente ser descartado no ambiente, pois a resina sintética presente nesse produto é altamente prejudicial ao meio ambiente, a empresa decidiu, a partir da realização de uma consultoria ambiental, dar um fim mais correto a ele, e assim, optou pela fabricação de brindes aos clientes, dando aos mesmos o nome de “eco brindes”.

Esses “eco brindes” são fabricados a partir de toda a sobra de madeira proveniente da produção, assim a empresa ganha mais espaço físico e agilidade no processo produtivo, além de poder oferecer a seus clientes um brinde ecologicamente correto. Alguns exemplos de “eco brindes” fabricados pela empresa: vira erva, porta vinho suspenso, bandeja de pizza, além de um abajur que vem sendo desenvolvido, entre outros. Esses brindes, embora feitos de retalhos, possuem grande qualidade e junto aos mesmos é impresso um esclarecimento do processo produtivo além de uma explicação sobre a consciência ambiental.

Outra idéia que a empresa está desenvolvendo, sendo que uma espécie de protótipo já foi lançada, é utilizar as sobras desses “eco brindes” para fabricar jogos educativos infantis, como miscelânea de letras e números, quebra-cabeças, etc. Essa idéia surgiu em virtude do reaproveitamento das “sobras das sobras”. Mesmo assim, após todo esse processo, algumas vezes ocorre de ainda sobrar resíduos e, quando isso acontece, a empresa procura depositá-los ou enviá-los para lugares apropriados, como uma olaria.

Toda esta idéia de fazer uma revolução ecológica na empresa partiu do entrevistado, que após visitar uma feira no ano de 2005 e ganhar um brinde de uma grande indústria moveleira, passou a desenvolver a idéia de também presentear seus clientes com brindes produzidos por eles. No entanto, somente alguns anos depois essa idéia foi executada com a

contratação de uma empresa que presta consultoria ambiental, e que veio a ser grande parceira da Mathiane Móveis nesse projeto.

Esse projeto teve início em março de 2009, a partir da consultoria realizada pela empresa Química, que desenvolveu todo um projeto ambiental na Mathiane Móveis, auxiliando-a não só nas questões ambientais, mas também na produção de seus brindes, que puderam ser mais bem desenvolvidos e produzidos a partir da política de aproveitamento de restos e resíduos.

Embora esse projeto criado seja recente, a empresa vem reduzindo seus resíduos e pretende chegar à marca de redução de 70% a 80% dos mesmos. Além disso, ela já percebeu melhoras em seu ritmo de produção, em seu layout de fábrica e em seus custos. A partir de agora, a empresa buscará divulgar esse projeto na sociedade e ganhar a confiança de seus clientes, que se sentem mais satisfeitos em comprarem produtos ecologicamente corretos.

Dessa maneira, a empresa acredita ganhar um diferencial competitivo por ser pioneira neste tipo de política ambiental de aproveitamento de resíduos. Visto que a Mathiane Móveis é uma pequena empresa, isso se torna de grande valor para a mesma face aos seus concorrentes, pois praticamente somente grandes empresas do setor moveleiro têm políticas ambientais.

Para o futuro, a Mathiane Móveis busca tornar-se referência ambiental na cidade no setor moveleiro, aperfeiçoando-se cada vez mais nessa questão, criando e desenvolvendo novos eco brindes, novos projetos ambientais, aspirando assim, a aquisição do selo ambiental.

5.2 Percepções dos colaboradores em relação às políticas ambientais adotadas pela empresa

Visto a importância dos funcionários para a efetivação das políticas que a empresa planeja adotar, serão apresentados agora os resultados obtidos com a análise dos questionários que foram aplicados nos colaboradores da Mathiane Móveis, para observar a percepção dos mesmos com relação às práticas ambientais adotadas pela empresa.

Por meio da tabulação dos questionários, pode-se observar se os colaboradores da empresa Mathiane Móveis possuem conhecimento sobre políticas ambientais. Assim sendo, nota-se que do total de 100% (que corresponde aos 8 funcionários que responderam a questão), apenas 12,5% acredita que sabe o que são “políticas ambientais”, sendo outros 12,5% correspondente aos que admitem não ter conhecimento sobre tal tema, e a maioria de 75% acredita conhecer “em parte” sobre políticas ambientais.

Por sua vez, visualizou-se, também, se os funcionários (após responderem se possuem conhecimento sobre o que são políticas ambientais) têm ciência sobre a existência de políticas ambientais dentro da sua empresa. Dessa maneira, 25% do total admitem conhecer em parte sobre a existência ou não de políticas ambientais na empresa, sendo que a maioria de 75% confirma ter conhecimento sobre a existência de políticas ambientais dentro da Mathiane Móveis. É importante ressaltar que, de acordo com os dados anteriores, havia 12,5% dos funcionários confirmando não possuir conhecimento sobre o que são políticas ambientais, não obstante, observa-se, agora, que nenhum dos funcionários admitiu não ter conhecimento sobre as políticas ambientais da empresa. Verificou-se, ainda, o nível de conhecimento dos colaboradores sobre as políticas ambientais que a empresa adota. Assim, nenhum funcionário afirma ter “nenhum conhecimento” sobre tais políticas, e do total, 50% admite possuir “pouco conhecimento” e outros 50% afirmam possuir “grande conhecimento” sobre as políticas ambientais adotadas pela empresa Mathiane Móveis.

Por meio da questão 5, verifica-se o conhecimento dos colaboradores com relação ao número de práticas ambientais que a empresa possui. Do total, 37,5% afirmam conhecer duas práticas ambientais de sua empresa, outros 37,5% admitem conhecer três práticas, e apenas

25% do total afirmam conhecer quatro práticas ambientais. Nota-se uma instabilidade dos colaboradores em estipular o número exato de práticas que sua empresa adota.

Por sua vez, a tabela 6 expressa as citações feitas pelos colaboradores com relação às práticas ambientais que existem na empresa. Pode se notar que a prática ambiental mais citada é a de separação do lixo, que do total de 100% (que corresponde às 17 citações) foi comentada por 41,19% dos funcionários questionados.

TABELA 06

Práticas ambientais citadas pelos colaboradores

PRÁTICAS	FREQUÊNCIA	
	Abs.	%
Reciclagem de lixo.....	2	11,76%
Reaproveitamento dos restos de materiais.....	3	17,65%
Utilização dos retalhos para os eco-brindes.....	1	5,88%
Utilização de retalhos para jogos educativos.....	2	11,76%
Separação do lixo.....	7	41,19%
Limpeza do ambiente da fábrica.....	1	5,88%
Ampliação do espaço de trabalho.....	1	5,88%
Total.....	17	100%

Observou-se a opinião dos colaboradores com relação aos possíveis resultados que a adesão, por parte da empresa, de uma postura ecologicamente correta pode gerar. Percebe-se que do total de 8 funcionários entrevistados, somente 7 responderam a essa questão. Dessa maneira, do total de 100% (que corresponde a 7 colaboradores), 100% responderam acreditar que um possível resultado que a Mathiane Móveis pode obter é a “melhoria da imagem da empresa”. Além disso, ao se verificar a opinião dos funcionários sobre a importância da utilização de uma gestão ambiental por parte da empresa com relação aos seus clientes, 100% afirma ter grande importância a utilização da gestão ambiental por parte da empresa tendo em mente seus clientes.

A tabela 16, por sua vez, tem o intuito de verificar a expectativa dos colaboradores perante a gestão ambiental que a empresa vem adotando. Assim, do total de 100% (que corresponde a 8 funcionários), 87,5% afirmam que “dará certo e terá grande empenho por parte dos administradores e dos funcionários”.

TABELA 16

Expectativa perante a gestão ambiental adotada pela empresa

CONHECIMENTO	FREQUÊNCIA	
	Abs.	%
Dará certo e terá grande empenho somente por parte dos administradores.....	0	0%
Dará certo e terá grande empenho somente por parte dos funcionários.....	0	0%
Dará certo e terá grande empenho por parte dos administradores e dos funcionários.....	7	87,5%
Dará certo por um tempo, mas não terá continuidade.....	1	12,5%
Não dará certo.....	0	0%
Total.....	8	100%

Visto que a empresa está adotando práticas visando não agredir o meio ambiente, buscou-se averiguar o grau de interesse dos funcionários com relação às questões ambientais. Assim, do total de 100%, 37,5% afirma estar muito interessado, sendo que a maioria de 62,5% admite estar interessado nas questões ambientais, e ninguém (0%) se diz indiferente a essas questões. Com isso, observou-se o nível de importância que os projetos de gestão ambiental terão no trabalho diário do funcionário, dessa maneira, 100% dos colaboradores entrevistados afirmam que os projetos de gestão ambiental adotados pela empresa terão grande importância no seu trabalho diário. Verificou-se, ainda, o grau de motivação dos colaboradores ao participar dos projetos ambientais adotados pela empresa. Assim, 100% dos entrevistados admitem estar bastante motivado ao participar de tais práticas.

CONCLUSÃO

Visto a crescente preocupação com as questões ambientais no meio empresarial, observou-se uma empresa do setor moveleiro que adota políticas visando a proteção do ambiente natural. Visando os objetivos propostos nesse trabalho, verificou-se por meio de uma entrevista semi-estruturada que a Mathiane Móveis pratica quatro políticas ambientais (utilização de filtro no departamento de pintura; destino apropriado para restos de tintas e solventes; separação e seleção correta de cada tipo de lixo; reutilização de retalhos e sobras de madeira). A empresa utiliza, ainda, os retalhos provenientes do processo produtivo para fazer brindes aos seus clientes, os chamados “eco brindes”, buscando com isso uma maior fidelização à sua marca. Além disso, a Mathiane Móveis está desenvolvendo jogos educativos com os retalhos, visando uma maior consciência social.

Com relação aos objetivos que dizem respeito aos funcionários, observou-se que os mesmos não possuem total conhecimento sobre as políticas ambientais adotadas pela empresa, pois não houve unanimidade na estipulação do número dessas políticas. Além disso, quando foi pedido aos colaboradores que citassem as práticas ambientais, não foram mencionadas todas as quatro, observa-se, então, que os funcionários não possuem conhecimento sobre todas as políticas ecologicamente corretas da empresa.

Nota-se que os colaboradores possuem positivas opiniões perante as práticas ambientais adotadas pela empresa, sendo que os mesmos consideram de grande importância a utilização da gestão ambiental tendo em mente os clientes, sendo que tal postura irá melhorar

a imagem da Mathiane Móveis. Conclui-se, também, que os funcionários da empresa têm uma expectativa favorável perante as políticas ambientais adotadas, pois acreditam que tais práticas darão certo, havendo empenho tanto por parte dos administradores quanto dos funcionários.

Assim sendo, nota-se que as práticas ecologicamente corretas que a Mathiane Móveis adota são de grande valia visto que seus colaboradores se sentem motivados, considerando tais práticas muito importantes, além de a empresa melhorar sua imagem perante os públicos externos.

Devido ao fato de a gestão ambiental trazer vários benefícios às empresas, é sugerido futuras pesquisas que tratem dessa questão, observando qual o impacto que as práticas ambientais podem trazer para a performance da empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Márcio. **Produtos ecológicos para uma sociedade sustentável**. Instituto para o desenvolvimento da habitação ecológica. [S.l.] 2008. Disponível em: <http://www.idhea.com.br/artigos_entrevistas.asp>. Acesso em: 02 jun. 2009.

BEDANTE, Gabriel Navarro. **A influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de produtos ecologicamente embalados**. Porto Alegre, 2004.

BIAZIN, Celestina Crocetta; GODOY Amalia Maria G. **Gestão ambiental: a rotulagem ambiental nas pequenas empresas do setor moveleiro**. Paraná, s/d. disponível em http://www.ecoeco.org.br/conteudo/publicacoes/encontros/i_en/mesa4/1.pdf Acesso em 08 jul. 2009.

DONNELLY, James H., GIBSON, James L., IVANCEVICH, John M. **Administração princípios de gestão empresarial**. Portugal: Ed. McGraw-Hill, 2000.

DUARTE, Rosália. **Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo**. São Paulo, 2002

FASCIONI, Lígia C. **Gestão Integrada da Identidade Corporativa: uma ferramenta**. 3o Congresso Internacional de Pesquisa em Design, Rio de Janeiro, 2005.

FERREIRA, Flávio Smania. **Responsabilidade social corporativa no processo estratégico das organizações: uma abordagem através do balanço social**. In: VII Seminários de Administração FEA–USP. São Paulo, 2004.

GIL, Alberto Pagano, **A influencia da preocupação ambiental na segmentação de consumidores de papel**. Ribeirão Preto, 2008

GRADILONE, Cláudio. **Boas Ações em Alta**. Revista EXAME. São Paulo: Abril, junho/2001

GUEDES, Rita de Cássia. **Responsabilidade social e cidadania empresariais: conceitos estratégicos para as empresas face à globalização**. Dissertação (Mestrado em Administração

de Empresas da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo). São Paulo: PUC/SP, 2000. 170p.

LIBÂNEO, José C. **Organização e Gestão da Escola: Teoria e Prática**. 5ª edição, Goiânia : Alternativa, 2004.

LOURENÇO, A. G., SCHRODER, D. S. **Vale investir em responsabilidade social empresarial?** São Paulo. 2003

MARQUES, Sônia Mara. **Maximizando o valor da empresa através da ética e da responsabilidade social**. Revista Brasileira de Administração, ano XI, nº 35, dez., 2001.

MOTTA, Sérgio Luís Stirbolov. **Proposta de categorização de consumidores da cidade de São Paulo á luz da atitude em relação a compra e uso de bens ecologicamente corretos**. In: VII Seminários de Administração FEA–USP. São Paulo, 2004.

MOTTA, Sérgio L. S.; ROSSI, George B. **A influência do fator ecológico na decisão de compra de bens de conveniência: um estudo exploratório na cidade de São Paulo**. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 38, n. 1, p. 46-57, jan./mar. 2003

NAHUZ, Marcio A.R.. **Resíduos da indústria moveleira**. III Seminário de Produtos Sólidos de Madeira de Eucalipto e Tecnologias Emergentes para a Indústria Moveleira. São Paulo, 2005.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. **Empresas e Responsabilidade Social**. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 2002.

OLIVEIRA FILHO, Jaime. **Gestão ambiental e sustentabilidade: um novo paradigma econômico para as organizações modernas**. DOMUS ON LINE: Ver. Teor. Pol., Soc., Cidad. Salvador, v. 1, n. 1, p. 92-113. Jan./jun., 2004. Disponível em: <http://www.fbb.br/downloads/domus_jaime.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2009.

PEIXOTO, Marina C C. **Responsabilidade Social e Impacto no Comportamento do Consumidor: Um caso da indústria de refrigerantes**. Rio de Janeiro. 2003.

RAFUL, Nadja Fernandes; JUCHEM, Dionise Magna. **Desempenho Ambiental como Fator de Competitividade e Responsabilidade Social Empresarial**. [S.l.] 2007. Disponível em: <<http://www.facmais.com.br/artigos/Artigo019.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

SAVI, Jurandir. **Certificação Ambiental: Análise dos benefícios econômicos, sociais e ambientais gerados às empresas**. [S.l.] 2005. Disponível em: <http://artigocientifico.uol.com.br/uploads/artc_1211681930_36.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2009

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: UFSC/PPGEP/LED, 2000.

TACHIZAWA, Takeshy. REZENDE, Wilson. **Estratégia Empresarial. Tendência e desafios. Um Enfoque na Realidade Brasileira**. São Paulo: Makron Books, 2000.

VALLADARES, Angelise; LEAL FILHO, José G; ROMAN, Artur. **Gestão da Participação e da Aprendizagem**: o caso de uma organização de alimentos do Paraná. 2005. disponível em <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/gepec/article/view/307/223>>. Acessado em 11 jun. 2009.

YIN, Robert. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.