

A gestão ecoeficiente como fator de competitividade empresarial

Débora Daniela Gonçalves TEIXEIRA¹
Paulo BASSANI²

RESUMO: Inseridas no novo contexto voltado para as questões ambientais, as organizações precisam se atentar para a necessidade de adaptar sua gestão visando colaborar para a sustentabilidade do meio ambiente, sem comprometer o ambiente para as futuras gerações. A presente pesquisa tem como objetivo apresentar a gestão ecoeficiente como fator de competitividade empresarial, através de uma revisão dos conceitos teóricos a respeito do assunto.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Competitividade. Ecoeficiência.

1 INTRODUÇÃO

Inseridas no novo contexto voltado para as questões ambientais, as organizações atentam para a necessidade de adaptar sua gestão a fim de minimizar as agressões ao meio ambiente, gerar menos resíduos, proporcionar maiores benefícios aos consumidores, e conseqüentemente melhorar a imagem da empresa perante a sociedade, aumentando o lucro. (MARTINS et al, 2009)

Através dessas ações, as empresas visam colaborar para a sustentabilidade do meio ambiente, atendendo as necessidades dos consumidores atuais sem comprometer o ambiente para as futuras gerações. Nessa perspectiva, a gestão ambiental e a responsabilidade social tornam-se importantes instrumentos gerenciais ligados à competitividade empresarial, qualquer que seja o segmento econômico. (TACHIZAWA, 2002).

Todavia, a sustentabilidade não é um modelo elaborado como uma receita de bolo e que a empresa possa seguir de forma programada através de um conjunto de regras. É preciso lidar com diversos desafios surgidos do cenário em que cada empresa atua. (KOHLENER et al, 2012). Neste sentido, a respeito do tema

¹ Discente do 4º ano do curso de Administração da Universidade Estadual de Londrina. e-mail:deboradanielagt@hotmail.com. Bolsista do Projeto de Ensino, Pesquisa e Extensão GEAMA – Grupo de Estudos Avançados sobre o Meio Ambiente.

² Docente do curso de Sociologia da Universidade Estadual de Londrina. e-mail:bassani@uel.br Orientador do trabalho.

relacionado sustentabilidade, o presente artigo tem como objetivos relacionar a gestão ecoeficiente com a competitividade empresarial, apresentar alguns dos conceitos teóricos existentes a respeito da questão apresentada e contribuir para o enriquecimento do material referente ao tema dentro da literatura.

A realização da presente pesquisa justifica-se ao constituir uma oportunidade de apresentar conceitos e ampliar as discussões a respeito da questão ambiental como fator da competitividade empresarial, uma vez que o tema incorporou-se a realidade das empresas, tornando-se estratégia norteadora dos negócios. Sua relevância social é evidente no que tange a contribuição que estratégias preocupadas com a responsabilidade possibilita a comunidade como um todo, inclusive para as gerações futuras.

Através da metodologia de revisão bibliográfica, o presente artigo apresenta a ecoeficiência como fator de competitividade empresarial, configurando uma importante estratégia organizacional. O estudo é classificado como qualitativo, pois lida com fenômenos e está embasado em documentos escritos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEORICA

A presente pesquisa apresenta a questão da ecoeficiência como fator de competitividade empresarial. Para tanto, este tópico faz um resgate da literatura a respeito do tema apresentando conceitos a respeito da sustentabilidade organizacional, da gestão ecoeficiente, da competitividade empresarial, e da ecoeficiência como vantagem competitiva.

2.1 Sustentabilidade Organizacional

De acordo com Dyllick e Hockerts (2002) a sustentabilidade organizacional é a capacidade da empresa de alavancar seu capital econômico, ambiental e social ao contribuir para o desenvolvimento sustentável em seu âmbito

político. Conforme Savitz e Weber (2007), é considerada sustentável a empresa que gera lucro, propicia melhorias na vida das pessoas e protege o meio ambiente.

Historicamente, a ênfase predominante dada à sustentabilidade, referencia o termo como um sinônimo de proteção ambiental. Porém, segundo Posch e Steiner (2006) recentemente, a compreensão de sustentabilidade tomou como base três dimensões, igualmente importantes, o chamado tripé da sustentabilidade que leva em conta aspectos econômicos, ambientais e sociais.

O tripé da sustentabilidade tornou-se reconhecido entre os pesquisadores, constituindo uma ferramenta base para as organizações no desenvolvimento de suas ações, evidenciando os possíveis impactos que podem gerar nas dimensões ambiental, econômica e social.

Ao final do século xx, finalmente empresas, governos e sociedade evidenciam a preocupação com o desenvolvimento sustentável. Percebe-se que as influências desses aspectos foram responsáveis, inclusive, por uma alteração das características de concorrência no mercado. Vinha (2003) destaca que,

[...] cada vez mais as organizações compreendem que, os acidentes e crimes ambientais provocam escândalos corporativos que abalam a confiança dos investidores, consumidores e acionistas, refletindo-se em queda de vendas e, conseqüentemente, prejuízo financeiro (VINHA, 2003, p. 174)

Para ser sustentável, a empresa deve desenvolver ações e decisões que lhe permitam produzir mais, com melhor qualidade, utilizando menos recursos naturais e gerando menos poluição, além de se assumir socialmente responsável, considerando que está inserida em um ambiente social onde exerce influência ao mesmo tempo em que é influenciada. (ALMEIDA, 2002).

No contexto atual, a adoção do desenvolvimento sustentável apresenta-se com uma realidade perfeitamente possível no âmbito organizacional. Entretanto, a incorporação de práticas sustentáveis à atividade central das empresas é um processo ainda em formação, inclusive porque a construção dos conceitos de sustentabilidade empresarial e desenvolvimento sustentável ainda são movimentos recentes, pouco debatidos e difundidos pela sociedade neste século XXI. (ZAMBONI; RICCO, 2010).

2.2 GESTÃO ECOEFICIENTE

A sustentabilidade quando integra desempenho econômico e ecológico é denominada como ecoeficiência. Esse conceito visa reduzir os custos e as despesas empresariais, além de eliminar o impacto negativo gerado pelas operações empresariais nos ecossistemas.

O conceito de gestão ecoeficiente, foi concebido diante do despertar da humanidade para o fato de que se o ritmo do crescimento econômico obtido nas últimas décadas se mantiver, o planeta não suportará a demanda por recursos naturais, e portanto, o homem enfrentará a escassez de itens indispensáveis à sua existência, a não ser que algo seja feito a respeito. (PEARSON 2011)

Uma empresa ecoeficiente é aquela que adota processos produtivos que causem menor impacto ambiental, diminuição dos desperdícios e melhoramento da imagem diante da sociedade. Nesse modelo de empresa, benefícios econômicos e sociais são gerados sem que necessariamente sejam feitos altos investimentos, já que apenas com a mudança nos procedimentos e redução dos desperdícios, obtém grande e vantajoso êxito. (MEDEIROS et al, 2009)

Barbieri (2010) destaca que é considerada ecoeficiente a empresa que possua práticas voltadas para:

- i. Minimizar a intensidade de materiais nos produtos e serviços;
- ii. Minimizar a intensidade de energia nos produtos e serviços;
- iii. Minimizar a dispersão de qualquer tipo de material tóxico pela empresa;
- iv. Aumentar a reciclabilidade dos recursos renováveis;
- v. Maximizar o uso sustentável dos recursos renováveis;
- vi. Aumentar a durabilidade dos produtos da empresa; e
- vii. Aumentar a intensidade dos serviços nos seus produtos e serviços.

Ecoeficiência é, portanto, a geração de produtos ou serviços capazes de satisfazer as necessidades dos clientes, a um preço compatível, promovendo a qualidade de vida e a redução gradativa dos impactos ecológicos (DYLLICK; HOCKERTS, 2002).

2.3 Competitividade Empresarial

Competitividade é a adequação correta das atividades da organização de acordo com o ambiente no qual está inserida. O bom nível de competitividade faz com que o negócio prospere e se destaque frente a concorrência, independente da sua capacidade de crescimento e lucro. Competitividade é, portanto, a base do sucesso ou fracasso de um negócio onde há livre concorrência. (DEGEN, 1989)

Para competir, qualquer elemento que componha a existência econômica da empresa pode ser utilizado como instrumento de diferencial, como por exemplo, a sua forma de organização, a apresentação do produto, o custo efetivo de produção, o preço, a qualidade, o valor da marca, ou a maneira como mantém suas relações com o meio ambiente. (SILVA, 2001)

Porter (1990) apresenta o conceito de cadeia de valor onde pode ocorrer a separação da empresa em atividades primárias e de suporte. Assim, a empresa atinge a lucratividade (ou margem) de acordo com o gerenciamento da sua cadeia de valor. Segundo Porter, a meta de qualquer estratégia genérica é criar valor para o cliente que exceda o custo, para isto, a firma precisa definir estratégias de posicionamento que lhe forneçam vantagem competitiva, tal como a liderança em custos, a diferenciação de produto, entre outros.

Portanto, a implementação de estratégias representa uma das atividades fundamentais na busca pela vantagem competitiva. Porém, não basta atingir a posição de vantagem, mas é preciso mantê-la, e para isto torna-se essencial o posicionamento de forma diferenciada, de modo que não seja fácil para a concorrência imitar suas estratégias, além do constante monitoramento da empresa a respeito das variáveis que incidem em sua competitividade.

2.4 A ecoeficiência como vantagem competitiva

A disseminação da consciência ecológica perante a sociedade, fez com que o cenário empresarial atual apresentasse como maior desafio a necessidade de adequação das práticas empresariais visando o desenvolvimento sustentável, uma vez que o comportamento das empresas frente às questões ambientais torna-se cada vez mais importante para os investidores e, inclusive, para os consumidores.

O grande desafio existe quando é preciso reduzir os impactos ambientais sem prejudicar a capacidade produtiva, gerando a necessidade de adequação das estratégias para manter a competitividade. Com isto, faz-se necessário que as empresas incorporem a ecoeficiência, fornecendo produtos e serviços que satisfaçam os clientes, com preços compatíveis, ao mesmo tempo possibilitem a redução os impactos ambientais.

Segundo Barbieri (2010), a ecoeficiência baseia-se na ideia de que a redução de materiais e energia necessárias para produzir um produto ou serviço, além de reduzir impactos sobre o meio ambiente, eleva a competitividade da organização.

A preocupação e as discussões a respeito de temas ambientais no ambiente corporativo se apresentam como uma clara e consolidada necessidade, mas os estudos de produção científica relacionada a esta área, infelizmente não estão sendo explorados da forma que deveriam. (JABBOUR et al, 2008). Segundo Van Berkel (2006), o termo ecoeficiência ainda não recebe o reconhecimento estratégico merecido, sendo na maioria das vezes considerado apenas um tipo de tecnologia ambiental.

Kraemer (2005) ressalta que a incorporação de estratégias voltadas para a questão ambiental, além de representar um fator de competitividade para as organizações, apresenta-se como uma inexplicável necessidade para aquelas que visam atuar e cumprir com as obrigações perante a sociedade. Neste ponto, a ecoeficiência configura comprovadamente um importante fator para o diferencial competitivo, pois, a tendência da preferência pelo consumo de produtos e serviços que provoquem menor impacto ambiental, aliada à crescente percepção de que os recursos naturais são finitos, exercem uma enorme influência à ocorrência de transformações nos ambientes organizacionais (SOUZA; SALGADO, 2002).

A vantagem competitiva gerada pela ecoeficiência torna-se evidente a medida que a organização potencializa a conquista e a fidelização dos clientes

cada vez mais exigentes e conscientes a respeito das questões ambientais, além de reduzir os custos, despesas e resíduos gerados por suas atividades e ainda propiciar o crescimento da empresa.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, diante da conscientização da sociedade a respeito das consequências dos impactos ambientais gerados por meio do intenso crescimento econômico, e da necessidade de abandonar velhas práticas e desenvolver novas atitudes a fim de preservar o planeta em que vivemos, é evidente que as organizações que incorporam a questão ambiental em seu sistema de gestão obtém vantagem competitiva perante os concorrentes que não possuem essa preocupação. “Diz-se até que a preocupação ambiental deixou de ser um modismo para se tornar uma das principais ferramentas gerenciais das organizações” (SOUZA; SALGADO, 2002, p.10).

Portanto, a gestão sustentável apresenta-se com uma tendência inevitável e incontestável, enquanto consolida uma enorme oportunidade no caminho da obtenção de vantagem competitiva perante a concorrência cada vez mais acirrada do ambiente corporativo.

Contudo, há ainda um longo caminho a percorrer no que diz respeito a compreensão teórico e prática do que seja criar um mundo sustentável, onde empresas, sociedade, indivíduo e coletividade possam partilhar em escala global os aspectos mais desafiadores como paradigma e como modo de viver sustentável. Onde essa manifestação aconteça não apenas em escala local mas ganhe uma dimensão global. Consolidar um modo de produzir, consumir, organizar e pensar a vida de maneira sustentável. Mas esta será uma tarefa de futuro, com uma ciência de valores éticos e de práticas concretas nesse universo da sustentabilidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado, 1988.

FACULDADES INTEGRADAS “ANTONIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”. **Normalização de apresentação de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. 2007 – Presidente Prudente, 2007, 110p.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira**. São Paulo, Atlas, 2002.

Noro, G. B; Köhler G. D; Abbade E. **A ecoeficiência como fator determinante à gestão sustentável: o caso da santamate de Santa Saria/rs** . Santa Maria-RS, 2012

BONNIE F. D.; HUANG, S. C. **Achieving sustainability through attention to human resource factors in environ mental management**. International Journal of Operations & Production Management, London, v. 21, n.12, p. 1539-1552, 2001.

Gondim, F. M. **As ações da sustentabilidade empresarial como suporte à gestão de projetos. Faculdade de Integração do Sertão-FIS**. RESAC – Revista Sociedade, Administração e Contemporaneidade Ano 1, Vol. 1, p.11-20, set. 2011

VINHA, V. **As empresas e o desenvolvimento sustentável: da ecoeficiência à responsabilidade social corporativa**. In: MAY, P. (org.) Economia do Meio Ambiente: Teoria e Prática. 2ª Edição, Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, p. 181-204.

Zamboni B. P; Ricco, A. S. **Sustentabilidade empresarial: uma oportunidade para novos negócios**. Conselho Regional de Administração do Espírito Santo.

Alves J. L. S; Martins, H. S. A; Medeiros, D. D. **Ecoeficiência como fator de inovação nas micro e pequenas empresas: um estudo de caso**. XXIX Encontro nacional de engenharia de produção. A Engenharia de Produção e o Desenvolvimento Sustentável: Integrando Tecnologia e Gestão. Salvador, BA, Brasil, 06 a 09 de outubro de 2009

PERSON, A. **Gestão Ambiental**. São Paulo: Editoração eletrônica e diagramação: Globaltec Artes Gráficas Ltda. Câmara Brasileira do Livro, 2011.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

DEGEN, R. J; Melo, A. A. A. **O empreendedor – fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo, McGraw-Hill, 1989.

SILVA, C. L. **Competitividade e estratégia empresarial: um estudo de caso da indústria automobilística brasileira na década de 1990**. Rev. FAE, Curitiba, v.4, n.1, p.35-48, jan./abr. 2001

Steiner, G.; Posch, A. **Higher education for sustainability by means of transdisciplinary case studies: an innovative approach for solving complex, real-world problems**. J. Cleaner Production, 14, 2006.

PORTER, M. (eds) **Estratégia – Vantagem competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1990.