

GESTÃO AMBIENTAL

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	04
1. A QUESTÃO ECOLÓGICA	06
1.1 RECURSOS NATURAIS E ECONOMIA	08
1.2 PROBLEMAS AMBIENTAIS URBANOS	09
2. DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E MEIO AMBIENTE	12
2.1 AGENDA 21	13
2.2 NOVOS CAMINHOS PARA AS EMPRESAS	15
3. O SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL	17
3.1 INSTRUMENTOS ECONÔMICOS	18
3.2 LEGISLAÇÕES AMBIENTAIS	20
3.3 CERTIFICAÇÃO ISO 14000	22
3.4 EMPRESAS BRASILEIRAS E CERTIFICAÇÃO ISO 14001	24
4. ALTA TECNOLOGIA E MEIO AMBIENTE	26
4.1 AS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS	27
4.2 MERCADO ATENDIDO	28
5. CONCLUSÃO	31
6. REFERÊNCIAS	32
7. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	34

INTRODUÇÃO

Ao adotar um produto, uma marca, ou mesmo um fornecedor, o consumidor escolhe fatores implícitos às suas necessidades, além de qualidade e preço. Dessa forma, analisa as características da empresa responsável pelo produto, podendo elogiar, criticar, desaprovar, deixar de comprar aquele produto, denunciar as falhas da empresa, entre outras ações. O consumidor contemporâneo tem senso crítico que lhe permite escolher produtos e empresas que levem em conta a preservação da qualidade e do meio ambiente.

Hoje em dia, há mais eficiência nas atividades empresariais produtivas. O consumidor verde¹ sente-se no direito e com o dever de exigir e agir, no intuito de adquirir produtos, onde esteja caracterizada a preocupação de proteger e melhorar o meio ambiente. As empresas reconhecem a necessidade de minimização dos riscos e impactos no ciclo de vida de um produto.

A consciência social e política em torno dos problemas ambientais tomou uma dimensão maior na década de 60, após a constatação de que comunidades sofriam pelas conseqüências da poluição industrial. Podemos citar o desastre de Donora, na Pensilvânia, provocado pela indústria siderúrgica, em 1948. E também o de Londres, em 1952, quando a queima de carvão (em indústrias, veículos e residências) foi a responsável pela inversão térmica, que provocou grande elevação dos índices de poluição do ar.

Consta na lei brasileira n.º 2.312, do Código Nacional de Saúde, de 3 de setembro de 1954² uma incipiente conscientização a respeito dos efeitos dos resíduos das indústrias:

¹ Consumidores verdes são os consumidores ambientalmente conscientes, aqueles que buscam produtos que exercem os mínimos impactos ao meio ambiente. OTMAN (1994) apresenta uma pesquisa que identifica os consumidores segundo os níveis de empenho quanto à questão do meio ambiente. Segundo a autora, há Verdes Verdadeiros (evitam comprar produtos de companhia com reputação ambiental questionável), Verdes do Dinheiro (fazem doações, apoiando o ambientalismo), Quase-Verdes (envolvem-se em atividades a favor de legislações ambientais, mas sem acreditar muito em resultados positivos e sem o desejo de pagar mais por produtos pró-ambientais), Resmungões (são desinformados, acham que resolver problemas ambientais é dever das empresas e que os produtos verdes custam caro e não funcionam), Marrons Básicos (menor índice de envolvimento com questões ambientais).

[...]

Art. 38 As indústrias, ao se instalarem em território nacional, ficam obrigadas a submeter à autoridade sanitária competente, para prévio conhecimento e aprovação, o plano completo do lançamento de resíduos líquidos e sólidos ou gasosos, visando evitar os inconvenientes ou prejuízos da poluição e da contaminação de águas receptoras, de áreas territoriais e da atmosfera.

Parágrafo Único – Para efeito do disposto neste artigo, as indústrias mencionarão, no plano, as linhas completas de sua produção, com esquema de marcha das matérias-primas beneficiadas e respectivos produtos, subprodutos e resíduos, para cada operação, registrando a quantidade, a qualidade, a natureza e a composição de uns e de outros, e ainda o consumo de água na indústria.

[...]

O decreto-lei federal n.º 1.413, de 14 de agosto de 1975 dispõe, em seu Art. 1º, que as indústrias nacionais instaladas ou a se instalarem em território nacional deverão prevenir ou corrigir inconvenientes e prejuízos da poluição e da contaminação do meio ambiente³.

Várias leis atuais procuram, com maior rigor, contribuir efetivamente na busca da desejada qualidade de vida. Atualmente a ênfase é muito maior na realidade, que confirma o fato de estar relacionado à proteção de nosso planeta o bem estar do ser humano.

No decorrer deste trabalho, deseja-se ilustrar de diversos ângulos o assunto, enfatizando vantagens competitivas geradas pelo cumprimento de normas ambientais contemporâneas, tais como as da série ISO 14000. Além disso, considera-se ainda a necessidade da tecnologia avançada como meio imprescindível na solução de diversos problemas ambientais existentes, bem como futuros.

O uso da tecnologia, por si só, já constitui um diferencial competitivo para a projeção das empresas no mercado. Nas questões ambientais, o assunto merece atenção especial, pela responsabilidade das inovações que deverão salvar o planeta.

² ALMEIDA, Siene Zanquetta. **Ética Empresarial e Gestão Ambiental**. Monografia. Departamento de Administração. Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas. Vitória: UFES, 1997. p. 18.

³ Ibid., p. 19.