

Gestão Ambiental no Varejo

Diretrizes para implantação de sistema de gestão ambiental no setor de varejo supermercadista.





Índice

| | |
|---|---|
| Apresentação Introdutória | 3 |
| O que compõe um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) | 4 |
| Diretrizes | 5 |
| Política Ambiental | 5 |
| Planejamento | 7 |
| Implantação | 9 |
| Verificação e Correção | 9 |
| Declaração Ambiental | 9 |

Apresentação Introdutória

O varejo deve estar sempre atento às tendências do comportamento de compra de seus consumidores e procurar se antecipar e se alinhar às mesmas, para atrair e fidelizar clientes.

Sustentabilidade e meio ambiente são temas que estão cada vez mais presentes no cotidiano e tendem a afetar o comportamento dos consumidores e os negócios das empresas.

Muitas empresas perceberam que, além do sistema de gestão financeiro (muito importante em setor de baixa lucratividade e alta competitividade), devem constituir sistemas de gestão ambiental e social, compondo a Responsabilidade Social Corporativa (RSC)¹.

É importante observar a evolução do conceito, inicialmente foi atitude reativa a problemas imputados às empresas, mas depois, foi percebida uma oportunidade de capitalização de imagem para a empresa, através da divulgação de ações neste sentido, e, finalmente, visto como algo estratégico e necessário. E, essa é a realidade a ser percebida pelas empresas do setor.

Para empresas varejistas, especificamente do varejo supermercadista, que identificaram a necessidade de Sistema de Gestão Ambiental (SGA), uma das dificuldades é saber como implantar esse SGA.

Várias empresas do setor varejista e supermercadista possuem SGA, assim como várias outras realizam ações voltadas ao meio ambiente. Esta cartilha tem como principal objetivo divulgar as diretrizes para implantação de um SGA em empresas do setor supermercadista.

Foram selecionadas empresas do setor que se destacam em RSC², e elas tiveram suas práticas analisadas de acordo com a sequência de passos necessários para a implantação de um SGA, segundo a ISO 14001 (sistema mais adotado no mundo) e a EMAS³ (sistema mais adotado na Europa).

O processo de comercialização, peculiaridades das seções e seus aspectos e impactos ambientais foram estabelecidos e analisados com base em trabalho de campo, bem como utilizados para atingir o objetivo proposto.

Os resultados da pesquisa demonstram a importância da elaboração da Política Ambiental na implantação de um SGA em empresas supermercadistas e possibilitam gerar orientações para definição de sua estrutura e conteúdo e de procedimentos para sua implantação.

Em uma perspectiva prática, espera-se que os resultados obtidos permitam que empresas do varejo supermercadista possam implantar um SGA estruturado, com ações alinhadas em políticas e metas planejadas.

¹ Ou RSE, Responsabilidade Social Empresarial

² O link para acesso ao trabalho completo está disponível ao final desta cartilha

³ *Eco management and audit scheme*

O que compõe um Sistema de Gestão Ambiental (SGA)

De acordo com a ABNT NBR ISO 14001 temos quatro etapas:

1. política ambiental;
2. planejamento;
3. implantação;
4. verificação e correção.

• **Política ambiental:** uma política é um conjunto de normas e regras que visam orientar os gestores a tomar decisões na direção aos objetivos da empresa. Uma política ambiental deve então explicitar o que a empresa quer em relação ao meio ambiente, definindo seus objetivos neste sentido.

De acordo com a norma ABNT NBR ISO 14001⁴ esta política deve ser definida pela alta administração da organização e deve assegurar que:

- a) seja apropriada à natureza, escala e impactos ambientais de suas atividades, produtos e serviços,
- b) inclua um comprometimento com a melhoria contínua e com a prevenção de poluição,
- c) inclua um comprometimento em atender aos requisitos legais e outros requisitos prescritos pela organização que se relacionem a seus princípios ambientais,
- d) forneça uma estrutura para o estabelecimento e análise dos objetivos e metas ambientais,
- e) seja documentada, implementada e mantida,
- f) seja comunicada a todos que trabalhem na organização ou que atuem em seu nome,
- g) esteja disponível para o público.

Planejamento: De acordo com a ABNT NBR ISO 14001⁵ objetivo ambiental é o propósito ambiental geral, decorrente da política ambiental de uma organização e, meta ambiental é um requisito de desempenho estabelecido e detalhado visando o atingimento dos objetivos ambientais; esses objetivos e metas ambientais devem ser documentados em um programa em que se incluam as definições de responsabilidades, meios e prazos de cumprimento, denominado de programa ambiental.

⁴ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2004, p.4

⁵ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2004

Implantação: nesta etapa deseja-se reconhecer como está organizada a estrutura e são distribuídas as responsabilidades na área ambiental, aspectos como formação, sensibilização e competência, comunicação, documentos do SGA, controle operacional e prevenção de situações de emergência.

Verificação e correção: etapa de verificação e as correções sucessivas, postura da empresa frente ao não respeito e ações corretivas, e ainda, auditorias (internas ou externas).

Diretrizes

Para o supermercadista que deseja inserir a variável ambiental em sua empresa não basta apenas seguir os exemplos de ações ambientais de outras empresas do setor. O supermercadista deve, primeiramente, definir o que realmente se propõe a fazer sobre o tema, delineando sua política de atuação, de modo a alinhar suas ações ambientais em direção aos objetivos preestabelecidos. A Implantação de um sistema de gestão ambiental permite ordenar as ações em uma organização e, por sua vez, possibilitar sua execução e controle.

Esse sistema de gestão ambiental, de acordo com os sistemas ambientais mais adotados no mundo, ISO 14001 e Emas, possuem quatro etapas: a definição de uma política ambiental, o planejamento, a implantação e a verificação e controle, e, para essas etapas, seguem as orientações:

- **Política Ambiental**

As ações futuras, no sentido de internalizar a variável ambiental na empresa, são determinadas pela escolha e adoção da sua Política Ambiental. Essa Política é que vai estabelecer as diretrizes e os valores que a empresa quer transmitir aos seus colaboradores e demais *stakeholders*⁶. Assim, as empresas que tencionam implantar um sistema de gestão ambiental devem, em um primeiro momento, focar nos objetivos que procura alcançar com este SGA, de acordo com sua cultura e valores. A política ambiental é única para cada empresa.

Da consulta à política ambiental das empresas estudadas nesta pesquisa observa-se que há inclusão nesta política de objetivos: relativos aos produtos comercializados; redução do consumo de energia e uso de alternativas mais benéficas ao meio ambiente; conservação de recursos naturais renováveis; adoção da

⁶ Todos que se relacionam com a empresa, interna ou externamente, como colaboradores, consumidores, fornecedores, etc.

política dos 3 Rs (reduzir, reutilizar, reciclar); opção por eleger uma grande causa, podendo ainda ou não abraçar também uma ou mais causas específicas; compartilhamento dos valores da empresa e promoção de envolvimento dos *stakeholders*.

Com relação aos produtos comercializados, esses objetivos englobam a análise de seus impactos ambientais associados, o que possibilita várias ações conjuntas entre varejista e seus fornecedores, como desenvolvimento de embalagens, de produtos, ações referentes à cadeia logística, dentre outras. Os supermercadistas também possuem várias ações neste sentido em seus produtos de marca própria.

Conservação de recursos naturais renováveis é uma bandeira nas empresas do setor pesquisadas. Cabe ressaltar que não se observa em nenhuma destas empresas linha de atuação bem definida em relação à água potável, um dos recursos do planeta escassos a conservar.

Na adoção da política dos 3 Rs (Reduzir, Reutilizar, Reciclar) as empresas pesquisadas possuem muitas ações, conjuntas com fornecedores, com consumidores, e sobre seus produtos comercializados e resíduos produzidos. Entretanto, não se observam ações sobre os resíduos líquidos provocados por sua operação de comercialização.

Muitas empresas “abraçam” uma grande causa, que extrapola o negócio, mas é uma contribuição geral para a humanidade, como por exemplo, contribuição com relação ao tema de mudanças climáticas. Também, podem possuir uma causa ou uma contribuição para um tema específico, relacionado ou não diretamente com seu negócio, como por exemplo, compra responsável na cadeia de pescados ou redução de impactos na produção de óleo de palma.

Para as empresas pesquisadas mais avançadas na implantação de SGA, há uma preocupação em compartilhamento de seus valores na política para consolidá-los na cultura da empresa. Essas empresas também envolvem mais os *stakeholders* em suas ações, para que estes também estejam bem alinhados com esses valores.

Apesar dos SGAs adotados pelas empresas do setor poderem ou não seguir algum modelo já consagrado, a adoção das etapas da ISO 14001 (definição de política ambiental, planejamento, implantação, verificação e correção) é importante para as definições da política ambiental, ações resultantes e controle do SGA.

- Planejamento**

Com relação ao planejamento a pesquisa relaciona os aspectos e impactos da comercialização, fornecendo um resumo orientativo da atuação das empresas pesquisadas, que serviu de base para as definições das orientações da proposta desse trabalho.

Os aspectos ambientais (quadro 1) de um supermercado convencional foram identificados de acordo com o processo de comercialização e a seções das lojas, por meio de visitas técnicas a empresas do setor. A identificação desses aspectos permite às empresas do setor supermercadista uma base de referência para atuação sobre suas ações e conseqüentemente os aspectos ambientais relacionados mais importantes.

| Aspectos | Recepção de mercadorias | Depósito de mercearia e bazar | Câmara de congelados | Câmara de resfriados | Mercearia | Hortifrutif | Carnes | Aves | Frios | Lactíneos | Peixaria | bazar | Equipamentos e máquinas | Administração e frente de caixa | Produtos e logística |
|---|-------------------------|-------------------------------|----------------------|----------------------|-----------|-------------|--------|------|-------|-----------|----------|-------|-------------------------|---------------------------------|----------------------|
| Geração de resíduos: plásticos | | | | | | | | | | | | | | | |
| Geração de resíduos: papelão | | | | | | | | | | | | | | | |
| Geração de resíduos: madeira | | | | | | | | | | | | | | | |
| Geração de resíduos: papel | | | | | | | | | | | | | | | |
| Geração de resíduo: isopor | | | | | | | | | | | | | | | |
| Geração de resíduos: filme PVC | | | | | | | | | | | | | | | |
| Geração de resíduos: produtos | | | | | | | | | | | | | | | |
| Geração de resíduos: sub-produtos sólidos | | | | | | | | | | | | | | | |
| Geração de resíduos: sub-produtos líquidos | | | | | | | | | | | | | | | |
| Coleta de resíduos: coleta seletiva | | | | | | | | | | | | | | | |
| Consumo de energia: eletricidade | | | | | | | | | | | | | | | |
| Consumo de energia: gás | | | | | | | | | | | | | | | |
| Consumo de energia: combustíveis | | | | | | | | | | | | | | | |
| Consumo de água | | | | | | | | | | | | | | | |
| Consumo de água potável | | | | | | | | | | | | | | | |
| Consumo de papel | | | | | | | | | | | | | | | |
| Produtos químicos para limpeza | | | | | | | | | | | | | | | |
| Produtos de manutenção | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preocupação dos aspectos dos produtos comercializados | | | | | | | | | | | | | | | |
| Redução de emissão de CO2 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Troca de fluidos refrigerantes | | | | | | | | | | | | | | | |

Quadro 1 - Resumo dos aspectos ambientais de um supermercado convencional
Fonte: produzido pelo autor

O quadro 2, em que são apresentados os impactos ambientais decorrentes dos principais aspectos ambientais constitui-se um guia orientativo para a construção da etapa técnica de um SGA para o setor.

| | Aspectos | Impactos |
|----|---|--|
| a) | geração de resíduos: plásticos | Alteração da qualidade do solo |
| b) | geração de resíduos: papelão | Alteração da qualidade do solo |
| c) | geração de resíduos: papel | Alteração da qualidade do solo |
| d) | geração de resíduos: madeira | Alteração da qualidade do solo |
| e) | geração de resíduo: isopor | Alteração da qualidade do solo |
| f) | geração de resíduos: filme PVC | Alteração da qualidade do solo |
| g) | geração de resíduos: produtos | Alteração da qualidade do solo |
| h) | geração de resíduos: sub-produtos sólidos | Alteração da qualidade do solo |
| i) | geração de resíduos: sub-produtos líquidos | Contaminação do solo e da água |
| j) | coleta de resíduos: coleta seletiva | Alteração da qualidade do solo |
| k) | consumo de energia: eletricidade | Esgotamento de recursos naturais |
| l) | consumo de energia: gás | Esgotamento de recursos fósseis |
| m) | consumo de energia: combustíveis | Esgotamento de recursos fósseis |
| n) | consumo de água | Esgotamento de recursos naturais |
| o) | consumo de água potável | Esgotamento de recursos naturais |
| p) | consumo de papel (impressoras, etiquetas, cupons, etc.) | Esgotamento de recursos naturais |
| q) | produtos químicos para limpeza | Contaminação do solo e da água |
| r) | produtos de manutenção | Alteração da qualidade de água superficial |
| s) | preocupação com aspectos dos produtos comercializados | Contaminação do solo e da água |
| t) | redução de emissão de CO ₂ | Alteração de qualidade do ar, efeito estufa, chuva ácida |
| u) | troca de fluidos refrigerantes | Depleção / redução da camada de ozônio |

Quadro 2 – Impactos ambientais de um supermercado convencional, em função dos seus aspectos
Fonte: elaborado pelo autor

A identificação dos aspectos ambientais de um supermercado convencional é uma aproximação inicial, fundamentada em trabalhos de campo, para que empresas do setor possam compor seu próprio SGA. Outras pesquisas também podem ser desenvolvidas nesse sentido de modo a complementar a abordagem apresentada.

Quanto às exigências legais observa-se poucos comentários disponíveis pelas empresas pesquisadas, provavelmente porque elas possuem uma diversidade elevada, já que são diferentes para cidades, regiões, estados, países. Mas, a sua observância é considerada requisito básico e deve ser levada em conta nessa etapa do sistema de gestão ambiental.

Já com relação aos objetivos e metas ambientais observa-se que são definidos alinhados à política ambiental adotada pela empresa, e são, em sua maioria mensuráveis e que, para seu atingimento, são elaborados programas ambientais também alinhados a essa política. Observou-se que as empresas adotam metas ambientais desafiadoras.

- **Implantação**

Na fase de implantação do SGA, as estruturas e responsabilidades são diversas e definidas por cada empresa, não sendo observado um padrão comum, o que indica que a melhor composição é aquela em que a empresa acredita que, para seu caso específico, vai proporcionar o melhor resultado na opção de adoção de um sistema de gestão ambiental.

Com relação à formação, sensibilização e comunicação observa-se, que as empresas mais avançadas na inserção da componente ambiental em seu negócio possuem maior atuação e dão grande importância a estes temas, reconhecendo a necessidade maior de formação e de conscientização e de envolvimento de todos os seus stakeholders.

Não são observadas ações relativas à documentação e seu consequente controle, provavelmente por serem de uso interno às empresas; provavelmente pelo mesmo motivo não foram identificados relatos sobre prevenção de situações de urgência.

- **Verificação e Correção**

Na etapa de verificação e correção observa-se a adoção de indicadores para acompanhamento constante das metas e, auditorias internas de verificação de processos e externas, de verificação e de análise da evolução e efetividade das medidas e planos adotados, do sistema de gestão ambiental como um todo.

- **Declaração Ambiental**

A declaração ambiental é adotada também pelas empresas mais consolidadas com SGA. Considera-se esse aspecto como importante ferramenta de aculturação da organização e de compartilhamento com seus *stakeholders*.

Este trabalho contribui para que os participantes do varejo supermercadistas, uma vez conscientes da necessidade ou com a vontade de atuar sobre o tema ambiental, possam ser orientados sobre as vantagens de adoção de um SGA, da importância da definição de sua política para alcançar seus objetivos relativos ao tema e empresa. O trabalho contribui também, de acordo com as empresas pesquisadas que já possuem diversas ações ambientais, na orientação de como construir essa política, seu conteúdo, assim como do planejamento, implantação, verificação e correção. Neste estudo são fornecidas as diretrizes necessárias para a implantação de um SGA no setor de varejo supermercadista.

Cartilha baseada no trabalho e conclusões da pesquisa de dissertação de Mestrado de tecnologia ambiental (concentração gestão ambiental) apresentada ao Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo - IPT, em 2012.

Trabalho completo disponível em: http://cassiopea.ipt.br/teses/2012_TA_Alain_Jacques.pdf

Expediente

Desenvolvimento:

Alain Winandy

Diagramação:

Mayra Winandy

Ano:

2012

Local:

São Paulo - SP

