

## **ESTUDO PARA ELABORAÇÃO DE UM SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL NA PANIFICADORA KIMASSA INDUSTRIAL E COMERCIO LTDA, EM JOÃO PESSOA – PB.**

**Josiete da Silva Mendes (\*), Jeremias Jerônimo Leite, Alan da Conceição Santos, Gicarla Maria Clemente Santos, Josiane dos Santos Silva**

\* Acadêmica do Curso Superior de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba. josiete5@hotmail.com

### **RESUMO**

A implantação de um Sistema de Gestão Ambiental nas empresas é de fundamental importância para a garantia de produtos e/ou serviços que respeitem o meio ambiente. Quando tratamos do setor de panificação, percebemos que são inúmeras as formas de degradação ao meio para o desenvolvimento dessa atividade. Visando isso, esse trabalho buscar realizar um estudo para implantação de SGA (Sistema de Gestão Ambiental) na Panificadora Kimassa Industrial e Comércio LTDA, localizada no município de João Pessoa, estado da Paraíba, tendo como foco específico, uma de suas duas unidades, a do bairro Cruz das Armas. Para isso desenvolveu-se um estudo de caso, de natureza qualitativa. Utilizou-se como instrumentos de dados a observação, preenchimento de formulários, análise documental da padaria, entrevistas estruturadas e semiestruturadas com clientes, funcionários da padaria, e proprietário. Foram feitas inicialmente pesquisas em livros e sites. Conclui-se que a empresa mostra-se interessada na implantação desse sistema, através das respostas do proprietário, bem como os clientes mostram-se preocupados com as questões ambientais e favoráveis as mudanças.

**PALAVRAS-CHAVE:** SGA, panificadora, implantação, meio ambiente, gestão.

### **INTRODUÇÃO**

Os problemas ambientais ganharam grande enfoque nos dias atuais, porém expressões como sustentabilidade, economia verde e política ambiental ainda não estão claras para a população. Precisamos entender que somos parte do meio ambiente, e não os dominadores do mesmo. Dessa forma é necessário investir em ações de educação ambiental, entendendo que os processos de ensino são os pilares para uma boa concretização dos objetivos almejados.

Investir em ações ambientais na área empresarial, que está no início da cadeia de consumo, pode nos ajudar a despertar essa consciência do todo (ecossistêmica), enfatiza-se a necessidade da implantação de sistemas integrados de gestão ambiental.

Segundo Maimon (1996), pesquisas revelam que medidas de gestão ambiental alteram a imagem da empresa para fins institucionais, e estão se constituindo cada vez mais como prioridades em suas etapas futuras de gestão empresarial e de investimentos financeiros nas empresas.

O Sistema de Gestão Ambiental (SGA) normalmente é introduzido partindo do pressuposto de conquistar clientes e ampliar o mercado, através da demonstração de bons resultados ambientais. Porém segundo Donaire (2008, p.54), a inexistência de consumidores conscientizados em relação à causa ambiental pode dar falsa impressão de que a empresa não está ameaçada pela crescente ampliação dos produtos amigáveis ao ambiente no mercado de bens e serviços. A verdade é que existe desconhecimento e falta de interesse dos consumidores em relação ao mercado sustentável e as empresas que não se adaptarem a ele futuramente podem perder seu espaço para outras que estão realizando mudanças graduais nos seus processos. Esse é um processo que envolve educação ambiental em todo o seu ciclo, do empresário ao consumidor final.

Esse trabalho foi desenvolvido na forma de estudo de caso da Panificadora Kimassa. Pretendemos mostrar a disponibilidade empresarial para os parâmetros ambientais quanto à adequação da padaria a uma possível implantação de um sistema de gestão, oferecendo ao setor administrativo subsídios de Sistema de Gestão Ambiental (SGA). Para isso desenvolveu-se um estudo de caso, de natureza qualitativa. Utilizou-se como instrumentos de dados a observação, preenchimento de formulários, análise documental da padaria, entrevistas estruturadas e semiestruturadas com clientes, funcionários da padaria, e proprietário.

## MATERIAIS E MÉTODOS

### 1 ÁREA DE ESTUDO

Para ambiente deste estudo foi escolhida uma unidade da Panificadora Kimassa Industrial e Comércio LTDA, localizada no bairro de Cruz das Armas, na cidade de João Pessoa no estado da Paraíba. É uma organização definida por seus administradores como de médio porte a qual trabalha nos ramos de padaria, supermercado, lanchonete e produção de bolachas. A unidade estudada possui aproximadamente 27 funcionários, mais a equipe técnica da direção.

### 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

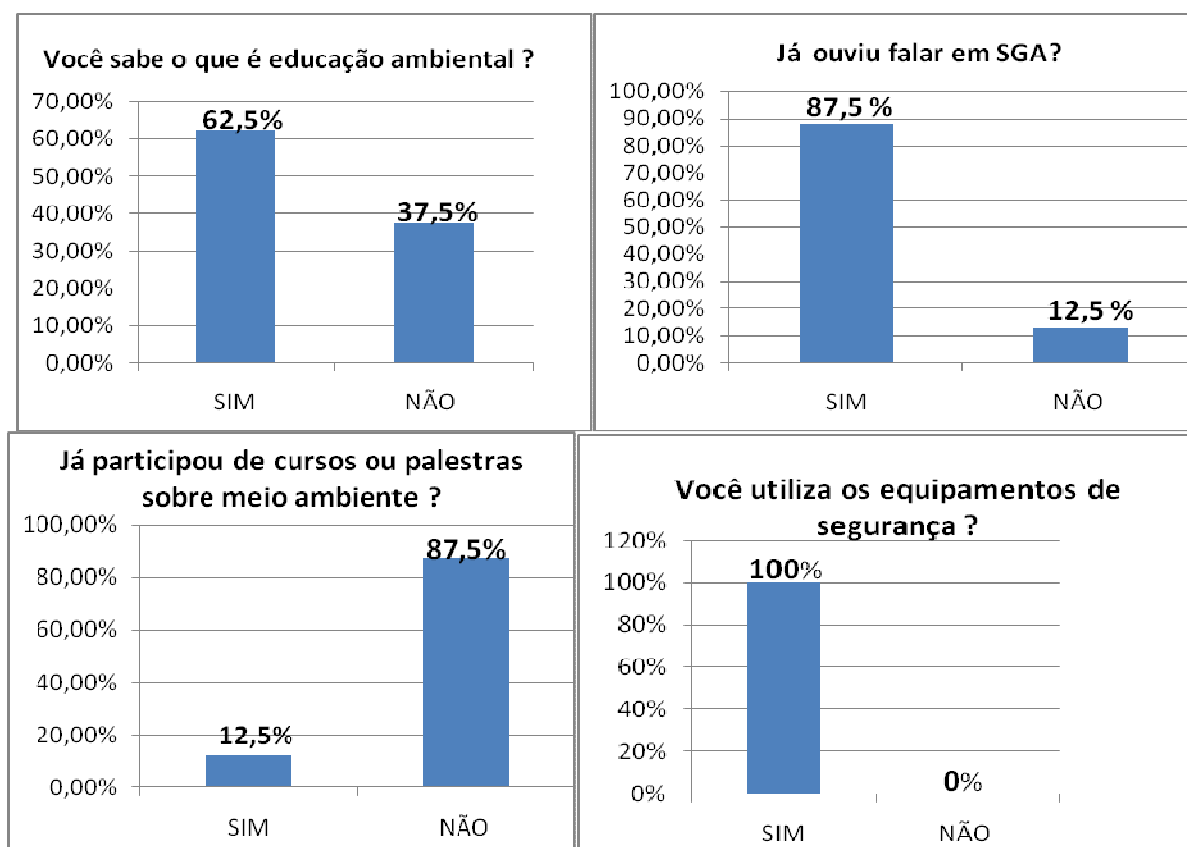
Inicialmente o estudo procedeu-se na forma de revisão bibliográfica, depois partimos para pesquisa em campo, aplicando instrumentos de pesquisa em busca da construção desse documento.

Em busca de envolver a organização, realizamos uma entrevista semiestruturada com o gestor responsável, em seguida com 29,62% dos atores institucionais desta unidade da organização o que equivale a 8 funcionários e posteriormente com 10 clientes da Panificadora Kimassa unidade Cruz das Armas.

### RESULTADOS

Cinco questões objetivas norteadoras foram selecionadas para análise do perfil dos atores institucionais da padaria Kimassa Industrial e Comércio LTDA unidade Cruz das Armas, que foram elas: “Você sabe o que educação ambiental?”, “Você já ouviu falar em SGA?”, “Já participou de cursos ou palestras sobre meio ambiente?”, “Você Utiliza os equipamentos de segurança?”, “Você é estimulado a praticar atitudes ambientalmente corretas no ambiente de trabalho?”.

A partir de então, dentre um universo amostral constituído pela totalidade (100%) dos entrevistados foram obtidos os seguintes resultados, como mostra a figura 1.



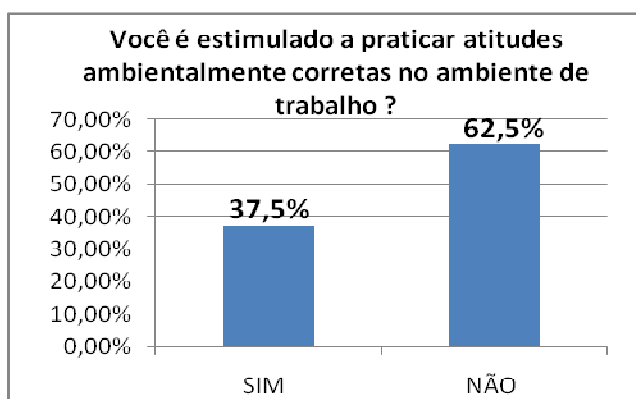
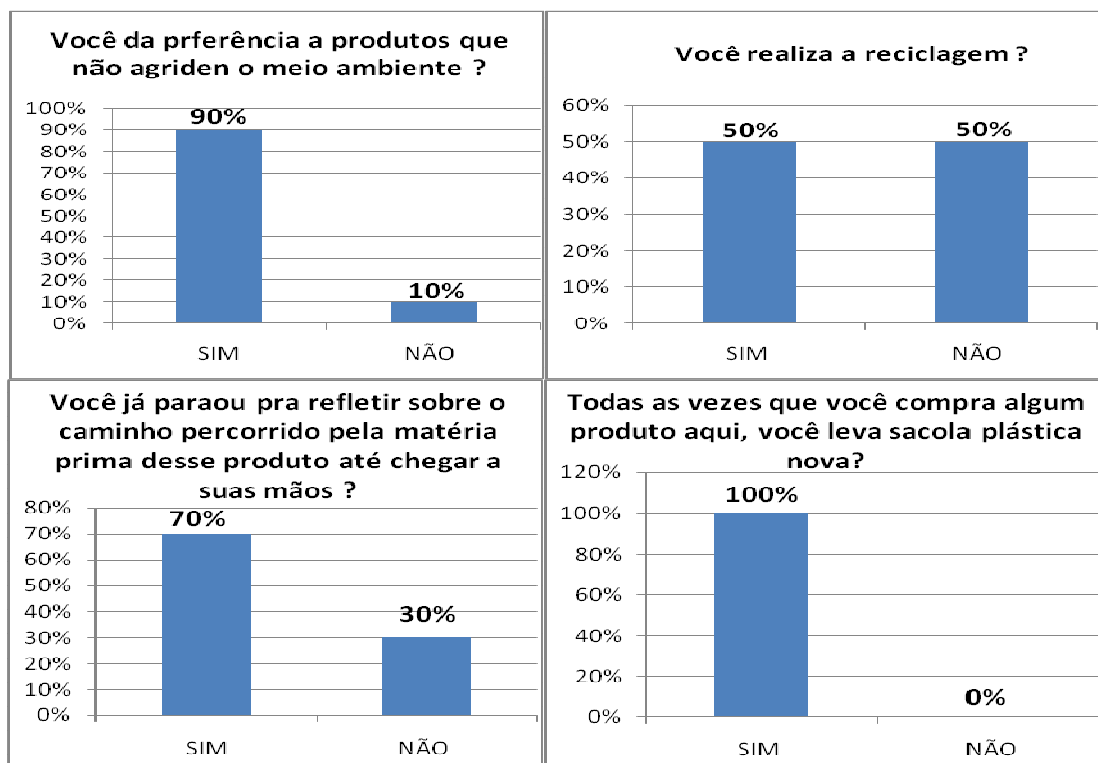


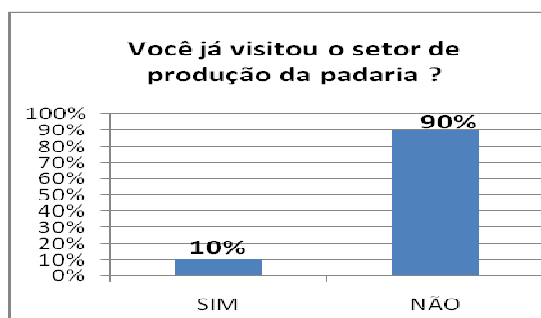
Figura 1: Respostas dos funcionários de produção e comercialização da Panificadora Kimassa

Observou-se que os funcionários em sua maioria tiveram algum contato com o termo “*educação ambiental*”, o que nos impressionou foi a resposta positiva de quase 100% dos entrevistados quando indagados se já ouviram falar em SGA. Ao questionarmos quanto a participação em cursos ou palestras sobre meio ambiente a maioria disse nunca ter participado. Quanto ao uso dos EPI’s os atores institucionais disseram que mesmo sem ferramentas de fiscalização e controle do uso, todos os funcionários alegam usar esse instrumento de proteção.

Há uma abertura por parte dos funcionários da empresa para a implantação do SGA, quando ao serem questionados sobre as práticas ambientalmente corretas que fazem no ambiente de trabalho, responderam: “*Fazendo a melhor coleta dos resíduos*” (ator a); “*Trabalho no setor de fabricação de bolachas, e separo alguns resíduos para reciclagem*” (ator y) e “*Evito usar frequentemente copos descartáveis*” (ator x).

Em se tratando da segunda fase do estudo foi aferidos posicionamento dos clientes em cinco questões objetivas para analisar a concepção dos consumidores do estabelecimento, sendo elas: “*Você dá preferência a produtos que não agridam ao meio ambiente?*”, “*Você realiza reciclagem?*”, “*Você já parou para refletir sobre o caminho percorrido pela matéria prima desse produto até chegar a suas mãos?*”, “*Todas as vezes que você compra algum produto aqui, você leva a sacola plástica nova?*”, “*Você já visitou o setor de produção da padaria*” como ponderado na figura 2.





**Figura 2: Respostas dos clientes entrevistados na Panificadora Kimassa**

O resultado da pesquisa com os clientes mostrou que existe um certo interesse pelas abordagens ambientais e uma vontade de preservar a natureza no entanto com muita imaturidade, como pode-se ver na falta de uma análise concreta em relação a questão 05 que trata da visita ao setor de produção da empresa: “*O aspecto prático é de uma empresa com boa higiene*” (ator n).

Importante ressaltar que quase a totalidade dos entrevistados dar importância a produtos que não agridam o meio ambiente, esse análise presume que a empresa deve investir em ações voltadas ao “marketing verde” para fidelizar e atrair novos clientes, de acordo com o perfil identificado.

Apesar de 50% dos entrevistados praticarem ações de reciclagem, 100% continuam usando sacolas de plástico, como forma de levar seus produtos para casa.

## CONCLUSÕES

Assim sendo, notou-se um alto nível de diversificação nas concepções abordadas nos questionários tanto nas respostas aferidas dos atores da organização quanto dos consumidores não gerando dificuldade no tratamento estatístico e a interpretação, o que, por fim, gerou uma análise multidimensional.

Os funcionários mostram-se receptivos a implantação do projeto, e já vem praticando ações inconscientemente voltadas para a preservação ambiental, como por exemplo, separação dos resíduos e redução do uso de insumos diários.

O perfil do público consumidor, de acordo com a pesquisa é o de preocupado com o meio ambiente, dessa forma é importante investimentos em ações voltadas ao posicionamento da empresa como ambientalmente correta. Sabemos que na maioria das vezes as empresas utilizam-se do termo sustentabilidade apenas para promover o “marketing verde” e posiciona-se como atualizada no mercado. O que não é ruim, pois pelo menos elas estão tomando atitudes benéficas mesmo que em pequenas proporções para o meio ambiente, e como fazemos parte dele, acaba nos beneficiando.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ASSUMPTÃO, L. F. J. **Sistema de Gestão Ambiental**: manual prático para implementação de SGA e Certificação ISO 14.001. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2008;
2. DONAIRE, D. **Gestão Ambiental na Empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008;
3. MAIMON, D. **Passaporte Verde**: Gestão Ambiental e Competitividade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996;
4. ROBLES JR, A.; BONELLI, V. V. **A Gestão da qualidade e do meio ambiente**: enfoque econômico, financeiro e patrimonial. São Paulo: Atlas, 2006;