



## O GERENCIAMENTO AMBIENTAL

### 1 – INTRODUÇÃO:

Toda a humanidade vive no mesmo planeta e está sujeita às leis de ação e reação, ou de causa e efeito.

Durante milhares de anos o ser humano usou e abusou dos recursos de nosso planeta sem dar-se conta que todos os recursos aqui existentes são finitos e não renováveis.

Os crescimentos das populações, das necessidades de consumo e do descaso com o planeta começam a ter conseqüências drásticas para a qualidade de vida de todas as espécies deste planeta. Felizmente, de algum tempo para cá, o ser humano, depois de detectar as avarias causadas aos ecossistemas mais diversos, percebeu que um novo caminho deveria ser aberto.

Este caminho é o da convivência harmônica entre o ser humano, suas necessidades e a preservação do planeta para as futuras gerações.

Deixando-se de lado qualquer forma de extremismo radical, impõem-se a adoção de medidas saneadoras para a correção dos danos causados ao meio ambiente, ao mesmo tempo em que devem ser formuladas novas políticas, atitudes e, principalmente, ações no sentido de promover o progresso sustentável da humanidade como um todo.

Poderíamos aqui escrever muito a respeito de todas as formas que possam ser aplicadas para isto.

No entanto vamos nos ater aqui ao GERENCIAMENTO AMBIENTAL.

O GERENCIAMENTO AMBIENTAL pode ser aplicado desde nossas casas até aos grandes complexos formados pelas cidades e pelas empresas, independentemente de seu tamanho ou porte.

Devemos lembrar sempre que “A toda ação corresponde uma reação em sentido contrário” e isto é uma lei inexorável da qual sentimos os efeitos a todo instante.

Certo é que tudo que é praticado pelo ser humano, no mundo moderno, não pode prescindir de compromissos com o meio ambiente.

Nos dias de hoje, grandes empresas industriais dos países ditos adiantados, inclusive quando desenvolvem suas atividades em outros países, procuram zelar pelo seu bom nome, adotando, como princípio inabalável, o compromisso total com a questão ambiental, do mesmo modo com que fazem com a qualidade. Esta regra é praticamente generalizada. Há como uma imposição que elas, cada vez mais têm que buscar a excelência no trato da questão ambiental, pois disso, com certeza dependerão suas sobrevivências no mercado.



No Brasil esta regra ainda não é praticada, devido ao fato que muitos ainda não alcançaram a conscientização da necessidade de se cuidar do meio ambiente, principalmente devido aos custos inerentes e também porque a consciência ecológica está levando mais tempo para ser adquirida. Algumas iniciativas interessantes à preservação são adotadas, mas do mesmo modo com que aparecem, somem repentinamente de cena, em função evidente do aparecimento de novas prioridades ou porque não havia sinceridade de atitude ou mesmo simplesmente visava o cumprimento de uma cobrança de algum órgão fiscalizador.

Isso não ocorreria se houvesse um absoluto envolvimento da empresa, da sua direção e de seus colaboradores, concordando todos com as leis e regulamentos e evitando posturas defensivas que somente conduzem a discussões inócuas e desgastantes.

As atividades produtivas deveriam, entre outros aspectos, estar baseadas em posturas pró-ativas visando a preservação ambiental, através da busca de todos os meios possíveis para não esconder ou mascarar a verdade dos fatos, atacando-os de frente os problemas na medida em que forem surgindo. Toda e qualquer nova atividade, mesmo em empresas já em funcionamento, antes de serem implantadas, deveriam ser previamente enxergadas do ponto de vista dos impactos que poderão vir a causar no meio ambiente e, se não puderem ser evitadas a suas implantações ou modificadas as tecnologias, devem-se ter em mente todas as medidas mitigadoras a serem adotadas. Esta atitude também deve ser tomada no tocante aos produtos, seus resíduos após o uso e aos serviços, estimando-se todos os malefícios que poderão ser causados.

Os clientes, o público consumidor, o público vizinho e os distribuidores devem estar cientes e conscientes quanto à segurança no uso do produto final, no seu transporte e na disposição dos resíduos gerados na produção e os resultantes ao fim da vida útil dos produtos, incluindo-se aí suas embalagens.

O gerenciamento ambiental é a ferramenta básica para alcançar os objetivos citados e tem que ser considerado como uma prioridade corporativa, pelo estabelecimento de políticas com programas e práticas que visem a conduzir as atividades empresariais de uma forma ambientalmente sadia.

Tais políticas, com seus programas e práticas, devem, por sua vez, integrarem-se totalmente em todas as atividades, mesmo que aparentemente não relacionadas à produção propriamente dita.

O gerenciamento ambiental deve educar treinar e motivar todos os envolvidos, tendo como alvo a melhoria contínua da performance ambiental.

Deve desenvolver planos de emergência para situações de risco ambiental, treinar e reciclar todo o pessoal envolvido, inclusive o público vizinho.

Deve promover o diálogo continuado com os colaboradores, o público próximo e longínquo.



Deve promover auditorias internas a avaliações regulares, através de auditorias externas e monitoramento, não fazendo mistério dos resultados obtidos.

Os critérios a serem adotados devem, sempre que possível, ser os consagrados por experiências nacionais ou internacionais bem sucedidas.

Internamente, a indústria deve prover meios de economizar matérias-primas, insumos e energia.

## **2 – IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE GERENCIAMENTO AMBIENTAL**

### **2.1 – SITUAÇÃO ATUAL**

- a) Empresas que iniciam a se preocupar com questões sócio-ambientais;
- b) Pressão de investidores, clientes, público em geral, legislação, seguradoras, agências financiadoras, imagem positiva;
- c) Dois tipos de atuação: REATIVO e PROPOSITIVO (ou ÉTICO AMBIENTAL)
  - i) REATIVO: atendimento restrito à legislação de controle de água, ar e solo; correção de impactos detectados, maximização de lucros, contradição entre responsabilidade ambiental e lucro;
  - ii) PROPOSITIVO: ética faz parte da estrutura das empresas, meio ambiente passa a ser considerado uma oportunidade a mais.

### **2.2 – VANTAGENS DO SGA**

- a) DIFERENCIAL COMPETITIVO: melhoria da imagem, aumento de produtividade; conquista de novos mercados; “não perda” de antigos;
- b) MINIMIZAÇÃO DE CUSTOS: eliminação de desperdício, conquista do menos custo, racionalização na alocação de recursos humanos, físicos e financeiros;
- c) MELHORIA ORGANIZACIONAL: sistematização da gestão ambiental; integração da qualidade ambiental na gestão dos negócios; conscientização ambiental dos funcionários, relacionamento de parceria com a comunidade;
- d) MINIMIZAÇÃO DE RISCOS: segurança legal, minimização de acidentes e passivos ambientais e riscos de produtos, identificação de vulnerabilidades.



## **2.3 – MUDANÇA DE PARADIGMAS**

### **2.3.1 – VELHOS**

- a) Responsabilidade Ambiental diminui competitividade;
- b) Gestão Ambiental é para grandes corporações;
- c) Movimento Ambientalista age fora da realidade;
- d) Gestão Ambiental é exclusiva do setor de produção.

### **2.3.2 – NOVOS**

- a) Ecoestratégia gera novas oportunidades;
- b) Pequena empresa é mais flexível para introduzir metas ambientais;
- c) ONG's se consolidaram tecnicamente;
- d) Gestão Ambiental está em toda a organização.

## **2.4 OS 5 PASSOS**

**a) Comprometimento e Definição da Política Ambiental;**

**b) Elaboração do Plano:**

- i) aspectos ambientais e impactos ambientais relacionados;
- ii) requisitos legais e corporativos a serem atendidos;
- iii) objetivos e metas;
- iv) plano de ação;
- v) programa de gestão

**c) Implantação e Operacionalização;**

**d) Avaliação Periódica;**

**e) Revisão do SGA;**

## **2.5 – DEFINIÇÃO DA POLÍTICA AMBIENTAL**

- a) Investir no compromisso de todos: mobilizar as pessoas;
- b) Definir o estado atual: como estamos?;
- c) Estabelecer e difundir a Política Ambiental.



## 2.6 – COMO ELABORAR UM PLANO DE AÇÃO

### a) Identificar os aspectos ambientais mais relevantes;

### b) Avaliar os impactos ambientais:

- i) FLUXOGRAMA DE INSUMOS E PRODUTOS
- ii) FLUXOGRAMA DE INSUMOS, PROCESSOS E MEIO AMBIENTE.

### c) Identificar os requisitos a serem atendidos

- i) Legislação municipal, estadual e federal;
- ii) Associações industriais (tipo: ABQUIM, SEBRAE, etc);
- iii) Exigências dos compradores;
- iv) População e outros envolvidos / impactados.

### d) Estabelecer os critérios internos

- i) Na inexistência ou maior rigidez;
- ii) Influenciáveis para contratos, treinamentos;
- iii) Negócios, etc

### e) Estabelecer objetivos e metas e Plano de Ação

- i) objetivos gerais
- ii) Metas detalhadas, executáveis e quantificáveis
- iii) considerações gerais.