

5 A ECONOMIA DO LIXO

5.1. Gestão Ambiental como Fator Competitivo

Em se tratando do assunto competitividade, Michael Porter (1990), é considerado um dos mais importantes autores no meio acadêmico. Suas proposições até hoje norteiam as ações estratégicas das organizações contemporâneas. Nesse sentido, para Porter, “*a concorrência está no âmago do sucesso ou fracasso das empresas, determinando a adequação das atividades que podem contribuir para seu desempenho, como inovação, flexibilidade e eficiência operacional*”.

Assim sendo, a estratégia competitiva representa a busca de uma posição favorável dentro de um ambiente, arena fundamental onde ocorre a concorrência.

Outra importante linha básica referente ao tema competitividade também desenvolvida por Porter é a teoria correspondente à cadeia de valor. Para o autor, a vantagem competitiva não pode ser compreendida sem que se observe a empresa como um todo. A vantagem competitiva tem origem nas inúmeras atividades distintas que a empresa executa no projeto, na produção, no marketing, na logística e no suporte de seus produtos. Cada uma destas atividades pode contribuir para a posição dos custos relativos de uma empresa (eficiência), além de criar uma base para a diferenciação.

A cadeia de valor das empresas em um determinado setor as diferencia entre si, refletindo suas particularidades históricas, estratégias e o sucesso na sua implementação. Assim, o atendimento de apenas um segmento particular de um dado setor pode permitir que uma empresa ajuste sua cadeia de valor a este setor.

Essa abordagem competitiva recebeu o nome de “competência essencial” (*core competence*). Uma competência essencial é um conjunto de habilidades e tecnologias que permite a uma empresa oferecer um determinado diferencial aos clientes. Qualquer empresa que queira captar uma sensível fatia dos lucros do mercado no qual está inserida necessita desenvolver esse tipo de competência, que certamente contribuirá sobremaneira para o valor percebido pelo cliente. O compromisso das empresas com o desenvolvimento de uma competência

essencial representa a criação ou o aperfeiçoamento de uma classe de diferenciais ao cliente. Cada vez mais, a variável ambiental está se tornando tema obrigatório nas agendas dos executivos e gestores das organizações. A globalização dos negócios e a crescente conscientização dos consumidores, sob influência da educação ambiental, permite intuir que a exigência futura dos consumidores em relação à conservação do meio ambiente e à qualidade de vida deverão se intensificar acirradamente.

Diante destes fatos, todas as organizações deverão, de maneira acentuada, internalizar a variável ambiental em seus processos de gestão, além de manterem uma postura responsável quanto à questão ambiental.

Dentre as várias pressões que as organizações terão que estar aptas a responder, estão as preferências do consumidor por produtos “verdes”. São consumidores verdes aqueles que consideram as características ambientais do produto ou serviço como fator determinante na decisão de compra. Esses consumidores são altamente informados e questionam as campanhas do tipo “*greenwashing*”, termo utilizado para designar um procedimento de marketing utilizado por uma organização com o objetivo de dar à opinião pública uma imagem ecologicamente responsável dos seus serviços ou produtos.

As organizações necessitam, assim, buscar vantagens competitivas em fatores diferentes dos até então utilizados, tais como preço, entrega, design etc. Uma das alternativas que atendem aos atuais padrões de exigência da nova economia é a vantagem competitiva baseada na variável ambiental, que pode ser adequada por meio da inserção da preocupação com a qualidade ambiental.

O processo e a gestão da qualidade total deslocou gradativamente a atenção das empresas para uma ênfase cada vez maior no gerenciamento e no processo de tomada de decisão, acarretando o desenvolvimento de uma nova visão empresarial baseada não apenas em aspectos operacionais, mas sim nas necessidades de outros agentes, como clientes, acionistas, empregados, meio ambiente e sociedade.

A Gestão da Qualidade Ambiental é parte inseparável da Gestão da Qualidade Total, que deve ser perseguida pelas empresas que pretendam se manter competitivas e seguras em seus mercados, cada vez mais globalizados. A Gestão da Qualidade Ambiental consiste no atendimento dos requisitos de natureza física, química, biológica, econômica e tecnológica, que asseguram a estabilidade das relações ambientais no ecossistema em que se inserem as atividades das organizações.

Outro conceito extensivo ao de qualidade, que está em pauta nas empresas modernas, é o de qualidade de vida, que por sua vez está intimamente relacionado à postura empresarial frente aos novos anseios da sociedade, e cuja concepção pode ser generalizada como “responsabilidade empresarial” das empresas.

Em 1998, diversos países se reuniram na Holanda, sob a tutela do Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (World Business Council for Sustainable Development — WBCSD), e dessa reunião surgiu um novo conceito de responsabilidade social das empresas:

“Responsabilidade social corporativa é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo” (ALMEIDA, 1999).

Assim, o conceito torna-se parte de uma abordagem mais ampla, que é o desenvolvimento sustentável e, dentro dela, conforme o WBCSD, a responsabilidade social alarga seus horizontes e passa a compreender aspectos como direitos humanos, direitos dos empregados, direitos dos consumidores, envolvimento comunitário, monitoramento e avaliação de desempenho e os direitos dos grupos de interesse.

Na atualidade, um dos instrumentos que as empresas, inclusive as prestadoras de serviços, dispõem para iniciar sua escalada em busca do sucesso de seus negócios está na real demonstração de sua responsabilidade social por meio da implantação de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA).

A ideia central embutida na implantação de um SGA é que as organizações devam estar em condições e aptas a controlar os efeitos ambientais de suas próprias atividades. Devem, assim, reduzir sistematicamente os impactos ambientais causados por essas atividades.

5.2. Benefícios percebidos

Os pontos fortes na implantação desse programa nas pousadas foram sentidos dentro do ambiente institucional dos empreendimentos.

A alta gerência, muito focada e empolgada com as ideias de sustentabilidade e a certeza de estar fazendo o bem, contagia todos os colaboradores diretos e indiretos.

Além disso, os empreendimentos influenciam positivamente as comunidades, principalmente catadores e compradores de materiais recicláveis.

Podemos sinalizar também como ponto positivo a adesão, apesar de pequena, de algumas ONGs locais e o reconhecimento da Secretaria Municipal de Meio Ambiente com relação à importância desse programa para a área socioambiental do município.

5.2.1. Custo econômico de implantação e operação

A implantação de um programa de coleta seletiva em estabelecimentos hoteleiros não requer grandes investimentos financeiros. Os investimentos são aplicados em vasilhames apropriados, placas informativas, folders e material didático. No que se refere ao custo operacional, há que se levar em conta a contratação de um funcionário específico para cuidar do programa, além dos treinamentos dos funcionários.

Baseado nos dados colhidos nas pousadas pesquisadas, pode-se calcular uma média de investimentos por quartos, conforme a tabela abaixo. Percebe-se que os valores são praticamente idênticos para as duas pousadas.

Tabela 6 - Média de investimento por quarto

Investimentos (Implantação + Manutenção Anual)	Implantação	Mão Obra	Média R\$
Pousada Corais e Conchas (28 quartos)			
Treinamento inicial da equipe	600,00		
Equipamento para acondicionamento dos resíduos	1200,00		
Equipamentos para resíduos nas dependências internas	700,00		
Construção de uma decomposteira	1000,00		
Alocação de colaborador responsável pelo projeto no período de 12 meses		4800,00	
Total	3500,00	4800,00	296,43
Pousada La Plage (42 quartos)			
Equipamento para acondicionamento dos resíduos	4000,00		
Equipamentos para resíduos nas dependências internas	4000,00		
Alocação de colaborador responsável pelo projeto no período de 12 meses		4800,00	
Total	8000,00	4800,00	304,76

5.2.2. Retorno do que foi investido

Não é possível ainda quantificar os retornos financeiros dos programas implantados nas pousadas. Contudo, pelo fato de possuir uma certificação de sustentabilidade, a pousada pode direcionar suas ações de captação de clientes a públicos mais específicos, que queiram se hospedar em estabelecimentos que adotem políticas e práticas de responsabilidade socioambientais. Poderá fazer

propaganda em seu site eletrônico sobre suas posturas, ampliando assim as chances de captar o turista mais exigente nessas questões, além de poder trabalhar com operadoras de turismo especializadas nesses segmentos.

Atribuimos como fraqueza percebida a completa ausência do poder público com relação a políticas de implantação de coleta seletiva no município.