



**GESTÃO DOS RESÍDUOS SÓLIDOS**  
**RESPONSABILIDADE SOCIAL, MARKETING OU EMPREENDEDORISMO?**  
**ESTUDO DE CASO: RECICLADOS ANA PAMPA LTDA**

**Marcio Miguel Marin<sup>1</sup>**  
**Eduardo Mauch Palmeira<sup>2</sup>**  
**Claudio Marques Ribeiro<sup>3</sup>**

**RESUMO**

Este estudo investiga os enfoques conceituais que conferem novo sentido à prática da gestão de resíduos sólidos no panorama mercadológico. Desta forma apresenta como problema de pesquisa a questão: quais os aspectos que estimularam a introdução da Reciclados Ana Pampa LTDA no Município da Hulha Negra? Há um evidente aumento de empresas do segmento no cenário mercadológico, a consciência ecológica, contudo mascara-se frente à acirrada competitividade, verdade é que esta fomenta a introdução de estratégias que venham a favorecer em diversos aspectos as empresas vendendo primeiramente sua imagem aos clientes, neste enfoque configura-se a ação de marketing. Ainda assim a responsabilidade social se cumpre, resultando em nascentes de empresas empreendedoras, que geram emprego e receita. Com este estudo objetiva-se verificar a importância da “Reciclados Ana Pampa” nos enfoques da responsabilidade social, ação de marketing e empreendedorismo, fazendo uso do método de pesquisa caracterizado como estudo de caso, descritivo-exploratório qualitativo. Os resultados mostram uma posição cômoda da empresa estudada. Pois na forma com que ela é trabalhada, mostra uma restrição aos avanços e estagnação, onde as perspectivas deveriam ser os pilares de um crescimento e avanço.

**Palavras-chave:** Gestão de resíduos. Responsabilidade social. Empreendedorismo. Marketing.

**SOLID WASTE MANAGEMENT**  
**SOCIAL RESPONSIBILITY, OR ENTREPRENEURIAL MARKETING?**  
**CASE STUDY: RECYCLED ANA PAMPA LTD**

**ABSTRACT**

This study investigates the conceptual approaches which grant a new meaning to the solid residues management practice in the marketing outlook. So, in this sense, presents as survey problem the following question: which aspects boosted the introduction of Recycled Ana Pampa LTD in Hulha Negra municipality? There is an evident growth of companies of this nature at the marketing scenery, ecological conscience disguises itself against the fierce competitive edge, though. Truth is that it foments the introduction of strategies that may favor the companies in several aspects, selling to their clients at first, their image, what in this view, sets a marketing move. Still, the social responsibility is fulfilled, what results on the birth of entrepreneur companies

---

<sup>1</sup> Autor: Acadêmico, Graduado em Administração de Empresas, cursando Especialização em Administração, na Universidade da Região da Campanha. Bagé - RS. e-mail: marcio.marin@marfrig.com.br.

<sup>2</sup> Co-autor: Professor Mestre em Integración Económica Global y Regional.

<sup>3</sup> Orientador: Professor Doutor em Desenvolvimento Rural.

that generate work and wealth. With this study is aimed to check the importance of recycled Ana Pampa at the field of social responsibility, marketing moves and entrepreneurship through the method of research characterized as case study, descriptive exploratory qualitative. The results show a comfortable position the company studied. For in the way it is crafted, shows a constraint to progress and stagnation, where prospects should be the pillars of growth and advancement.

Keywords: Waste management. Social responsibility. Entrepreneurship. Marketing.

## INTRODUÇÃO

Os resíduos sólidos gerados nas empresas e nas sociedades têm se apresentado como um grande desafio que envolve o mundo inteiro, considerando, sobretudo, a agressão causada ao meio ambiente.

Desta forma, ao longo dos anos aprimorou-se um trabalho de conscientização ecológica, que aponta para a necessidade de que empresas, indivíduos e coletividades, venham a trabalhar observando um crescimento sustentável. A ideia aparentemente está voltada para todos os segmentos de produção e comercialização, contudo há uma evidente necessidade de que ela se configure como geradora de disciplina nos povos/indivíduos em geral no descarte de seus resíduos.

Para este enfoque o estabelecimento da legislação ambiental torna-se uma base, bem como um pilar, para a conscientização da responsabilidade social das pessoas jurídicas e também físicas, que impõe respeito e obediência a regras pré-elaboradas em socorro da preservação dos recursos naturais.

Nas empresas é cobrado um posicionamento urgente, de forma ostensiva, devido a sua maior produção de resíduos. Em seguimento compreende-se que discursos e estudos sobre temas tais como, responsabilidade social, gestão de resíduos, sustentabilidade, entre outros, levantam-se como um pano de fundo nas tomadas de decisões empresariais, no planejamento e nas estratégias que passam a incorporar ações em função destes, em grande parte, considerando a acirrada competitividade, e muito raramente, as consequências da má gestão dos resíduos.

Neste sentido, compreende-se que a gestão de resíduos tem se configurado na forma de estratégia de marketing (assimila-se esta compreensão no confronto de conceitos como o “marketing verde”) fazendo frente às cobranças governamentais correlatas a responsabilidade sócio ambiental. Desta maneira percebe-se que há uma alusão à cobrança das sociedades que na verdade não condiz com a realidade observada no dia a dia, evidenciando o pouco caso que o ser humano ainda trata os resíduos, industriais, comerciais ou pessoais.

Contudo, diante de uma nascente de empresas de reciclagem o novo segmento comercial já tem marcado presença no cenário mercadológico, visto como uma opção para a resolução do problema que refere à produção dos mais variados resíduos, sejam eles sólidos, industriais, eletrônicos entre outros, o que refere especialmente à responsabilidade sócio ambiental.

Assim sendo apresenta-se como objetivo geral deste trabalho, verificar a importância da empresa “Reciclados Ana Pampa LTDA” nos enfoques da responsabilidade social, ação de marketing e empreendedorismo. Desta forma, pretende-se: a) investigar os fundamentos da empresa de reciclados Ana Pampa; b) pesquisar o processo de gestão dos resíduos sólidos, adotados na empresa Ana Pampa; c) analisar as relações dos processos de gestão de resíduos com a legislação ambiental, absorvidos pela Reciclados Ana Pampa; d) diagnosticar os enfoques que configuram a empresa Ana Pampa como uma ação de marketing.

A metodologia utilizada para o estudo foi uma pesquisa qualitativa, estruturada através de uma pesquisa descritiva-exploratória, sendo realizado um estudo de caso na empresa Reciclados Ana Pampa LTDA. Para o estudo utilizou-se uma visita à empresa com acesso a alguns documentos e entrevista com o administrador da empresa prestadora de serviços.

Para uma melhor compreensão da abordagem, faz-se a caracterização da empresa Reciclados Ana Pampa LTDA, identificando potencialidades para outras empresas; a seguir aborda-se questões correlatas à gestão ambiental, no sentido de identificar sua relação quanto responsabilidade social, marketing e/ou empreendedorismo; apontando-se ações/meios de reciclagem e descarte, a fim de que, por fim possa-se apresentar considerações finais coesas com o tema e os objetivos propostos.

## **1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA RECICLADOS ANA PAMPA LTDA**

A empresa, Reciclados Ana Pampa LTDA localiza-se no município de Hulha Negra RS fundada no início de 2007. Possui atualmente 14 colaboradores trabalhando em um local de aproximadamente 500 m<sup>2</sup>, com a reciclagem de três tipos de resíduos: chaparia, papelão e plástico, provenientes do descarte de uma indústria beneficiadora de alimentos

A indústria em questão é de grande porte, pois possui instalações em 17 países e em 5 continentes, trabalhando com enlatados, cortes especiais e serviço *food service*.

Esta indústria doa os resíduos, previamente selecionados e identificados como rejeitados à empresa Reciclados Ana Pampa LTDA - desta forma realiza um procedimento considerado correto de descarte. Também acolhe em sua propriedade a empresa de reciclados sem cobrança de honorários ou alugueis por isto, sendo os resíduos, que geram a receita que proporcionam sobrevivência da empresa Ana Pampa.

## **2 GESTÃO AMBIENTAL: RESPONSABILIDADE SOCIAL, MARKETING OU EMPREENDEDORISMO?**

### **2.1 GESTÃO AMBIENTAL OU SOCIOAMBIENTAL**

Conforme Butcher (2007) e Hosken (2012), foi entre as décadas de 70 e 80, que inicialmente ouviu-se falar de questões ambientais na forma de especulações correlatas a poluição e, conferida mais especificadamente à má gestão de resíduos sólidos. Logo resultaram em acordos, convenções bem embasadas, sustentadas inclusive por pesquisas científicas, onde se sobrepuseram as necessidades de que se gerenciassem estes resíduos “a partir de uma perspectiva sistêmica, centrada na minimização dos impactos ambientais, na melhoria da eficiência dos processos produtivos e na incorporação de diversos atores da cadeia produtiva”, também estimulando “a inclusão social e a geração de renda”.

Entretanto, conforme Morales (2006 *apud* HOSKEN, 2012, p.2) a Gestão Ambiental (GA) “surgiu da necessidade do ser humano organizar melhor suas diversas formas de se relacionar com o meio ambiente”, assumindo assim o conceito de controle/gerenciamento ou administração de forma apropriada, do meio ambiente, ou dos recursos naturais “por meio de ações ou medidas econômicas, investimentos e potenciais institucionais e jurídicos” no propósito de conservar, restaurar a qualidade do meio ambiente em benefício das gerações futuras (CAMPOS, 2002; MORALES, 2006; HOSKEN, 2012).

De acordo com Sperandio e Gaspar (2009) as “questões ambientais tem sido foco de intensa discussão”. Para os autores, foi com “a expansão da sociedade industrial a partir do início do século XX” que provocou uma alteração significativa no lixo industrial e desta forma o problema gerou uma polêmica que se estende com o passar do tempo.

Em JCGA (2009) compreende-se que as questões ambientais não se tratam de uma consciência proveniente do ser humano, de uma pessoa física, ou ainda jurídica (empresas/organizações). Elas não ocorrem devido à visão do futuro das coisas, ou de sua consequência ou deriva de uma responsabilidade; não são instigadas pelas consequências absorvidas (individualmente) de uma má gestão de resíduos: ela é cobrada por parte do governo, e mídia (esta mais centrada a especular). Assim a discussão não apenas coexiste, mas no exercício coercitivo principalmente decorrente por parte do governo, tem oportunamente cada vez mais levado as empresas e sociedades a introduzir a questão ambiental nas tomadas de decisões.

Ainda é tão imatura a consciência ecológica do ser humano, ou seria mais correto dizer tão desumano, insensível o olhar do homem sobre estas questões, que em termos de empresa existem conjecturas sobre quais “ferramentas de gestão podem ser utilizadas para obter ganhos de competitividade” (JCGA, 2009) havendo uma especulação em torno de viabilizar um crescimento sustentável, que mascara as verdadeiras intenções de ganhos sobre ganhos. Neste enfoque não se trata de prevenção, mas de investimento.

Para o exposto sabe-se que ficaria inviável um desdobramento que refletisse fielmente a intencionalidade da prática da gestão ambiental, pois, ainda ficariam ocultas abordagens paralelas ascendentes, temas atuais e de urgência que tratam das nascentes de empresas impactantes, tomadas por empreendimentos da contemporaneidade (SILVA, 2009).

Portanto a gestão de resíduos sólidos vem ao encontro dos objetivos intrínsecos da empresa na gestão ambiental ou sócio ambiental sendo definida como um dos seus objetos, referindo-se a uma forma de preservação dos recursos naturais com a ampliação de mercado.

### 2.1.1 Relação gestão ambiental e responsabilidade social

Butcher (2007, p.4), refere que a prática de responsabilidade social apresenta por premissa a incorporação de ações que “estimulam a adoção de modelos de produção, comercialização e consumo que favorecem a solidariedade, a reciprocidade, a inclusão social, a sustentabilidade ambiental, o comércio justo e o empreendedorismo”.

O autor traz uma visão adotada pelo Instituto Ethos “uma das principais instituições responsáveis pela difusão do conceito de responsabilidade social na sociedade brasileira” (LOURENÇO e SCHORDER, 2003, p.2).

De acordo com Lourenço e Schorder (2003), a empresa enquanto entidade, pessoa jurídica, insere-se em um ambiente social, portanto, deve atuar de forma responsável em suas práticas, tanto de industrialização, produção, venda e também de consumo devendo observar decisões, ações colaborativas, no sentido de manter e/ou prover o bem estar e o interesse das sociedades e da organização.

Desta forma, a gestão ambiental tem uma relação direta, decorrente de uma atitude e postura de responsabilidade social. Ela, portanto deve ser uma prática assídua, que preconiza avaliações e reavaliações nos diversificados sistemas que principalmente se relacionam ao descarte de resíduos que a empresa possui.

### 2.1.2 Relação gestão ambiental e marketing

De acordo com Pereira (2012) fazer marketing refere-se a “criar, promover, e fornecer bens e serviços a clientes”. Conforme a autora, existem três tipos de marketing: o empreendedor, o profissionalizado e o burocrático. O primeiro se caracteriza frente a uma percepção sobre oportunidades de vendas. O segundo decorre de sucesso alcançado que reconfigura estratégias, procedimentos caracterizados como profissionais. O terceiro refere-se ao marketing feito a partir de análise de mercado, busca aperfeiçoar relacionamentos com seus distribuidores, usufruindo benefícios de parcerias para fins publicitários.

Vale ressaltar que o pilar das ações de marketing refere que “as organizações trabalham sistematicamente para construir uma imagem sólida e positiva na mente de seu público” (KOTLER, 2000, p.27 *apud* PEREIRA, 2012, p.2), que pode tratar da imagem de um produto, serviço, bem como da imagem de uma empresa.

Existem ações de marketing que se correlacionam a um comportamento/posicionamento socialmente responsável; nesta maneira de fazer marketing:

“a empresa [...] opera com a visão do resultado, ou seja, ao invés de gastar em uma campanha publicitária tradicional para lançar um produto ou serviço, o faz através da associação a uma causa de relevância para a sociedade” Desta forma o marketing refere-se a “um passo em direção a responsabilidade social”, incorporando ações integradas almeja “impactar positivamente com suas atividades a sociedade na qual está inserida” (GUEDES, 2012, p.13).

Em seus estudos, Abreu (2012, p. 4) afirma que “as empresas podem evitar problemas e realçar sua posição reconhecendo logo de inicio a necessidade de administrar seu relacionamento com os clientes”, assim sendo, considera-se que quando as questões relativas à gestão ambiental estão no foco do panorama mercadológico, o marketing voltado para a divulgação das formas de manuseio dos equipamentos e trato com resíduos condiz com as necessidades atuais das sociedades, refletindo assim uma gestão consciente, com responsabilidades, o que evidentemente concederá, por exemplo, orgulho ao consumidor de estar comprando ou trabalhando em uma empresa que age desta forma.

Conforme Guedes (2012):

Neste aspecto a responsabilidade social e cidadania empresarial alteram os paradigmas de negócios tradicionais porque integram valores dentro da gestão empresarial. Trazem um conceito de prosperidade compartilhada, que incorpora dentro da dinâmica do negócio uma poderosa e positiva ferramenta por mudança e intervenção social. De modo geral, as empresas sabem que se elas criam a percepção de se preocuparem com seus consumidores e com a comunidade, provavelmente

suas marcas irão se valorizar, suas vendas irão aumentar e a fidelidade dos clientes também.

O autor mostra que esta atitude não pode ser meramente oportunista, ou seja, “feita apenas para buscar um diferencial no mercado, aumentar vendas e fidelizar clientes”, devendo estar intrínseco da empresa o posicionamento de responsabilidade social.

Desta maneira, compreende-se que a responsabilidade social, identifica-se com as práticas de gestão ambiental, mas não preconiza necessariamente, a intencionalidade de fazer marketing.

Portanto, o marketing conserva em seu conceito, a caracterização de ferramenta de gestão de vendas não sendo uma ação de gestão imposta por lei, que venha ainda que em uma de suas fases de implantação, incorporar um sentido de responsabilidade perante as sociedades.

### 2.1.3 Relação gestão ambiental e empreendedorismo

De acordo com (SEBRAE)<sup>4</sup>, as exigências do mercado, o fomento por práticas múltiplas de reciclagem de diversas modalidades de resíduos sólidos criaram “novas atividades [...] que atualmente geram um faturamento de cerca de 1,2 bilhões de dólares anuais ao Brasil, e que poderá chegar a 5,8 bilhões nos próximos anos. A partir disto, presume-se um mercado bastante promissor e ainda pouco explorado”. Desta forma compreende-se que o negócio deverá criar novos postos de trabalho, atraindo grandes investimentos.

Os estudos do órgão acima citado, delineados em forma de orientação, denominam o administrador de negócios de reciclados como “empreendedor”. Da mesma forma percebe-se que o negócio de reciclagem se configura como empreendimento considerando que viabiliza a contratação de pessoas, exercício de atividades lucrativas rentáveis, que geram lucro, produção e beneficiam as sociedades e o país.

---

<sup>4</sup> SEBRAE, Site do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. **Empresa de reciclagem**. 2004. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vctexto=2681>>



Conforme SEBRAE<sup>5</sup>, O empreendedor para o segmento deve se utilizar de sistematização, automação, sendo consciente que a reciclagem é configurada como processo de porte industrial. Pode se utilizar de trabalhadores autônomos, de parcerias com cooperativas entre outros e inclusive ter conhecimento de pontos e serviços assemelhados (de fornecimento e fontes para reciclagem local).

A prática das diversas formas de reciclagem, de resíduos sólidos é conferida no propósito de conservar a biodiversidade.

### 3 RESÍDUOS SÓLIDOS

De acordo com Russo (2003, p.7) os resíduos sólidos, são materiais “[...] resultantes da atividade humana e animal, normalmente sólidos, sem utilização ou indesejáveis [...], no entanto com capacidade de valorização”.

Sperandio e Gaspar (2009, p.2) exprimem seu posicionamento expressando a seriedade da abordagem onde destacam como resíduos sólidos “alumínio, plástico, latas e vidros, entre outros”, sendo todos reconhecidos como potencialmente prejudiciais a natureza, primeiramente pelo seu ciclo de decomposição que se refere a “centenas de anos”, a seguir considerando a incorporação de outras características que os distinguem entre apenas ser agressivos, ou ainda totalmente agressivos, para esta ultima posição considera-se que esta classe de resíduos pode provocar danos irreversíveis ao ecossistema.

Conforme Russo (2003) o descarte de resíduos sólidos, tem uma proporção extrema, quando advindo das sociedades, ou seja, quando se constituem como resíduo urbano. Para o autor este é um dos motivos que agravaram a situação que refere ameaça a nível global, ao ecossistema.

De acordo com o mesmo autor, “os problemas causados pelos resíduos sólidos são tão velhos quanto à humanidade” (RUSSO, 2003, p.7), e se agravaram na formação de cidades, países, por fim na sedentarização, decorrendo assim da falta de hábitos de higiene, que através de escoamento de esgoto, registram a poluição de rios, lagos e mares.

---

<sup>5</sup> SEBRAE, Site do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. **Empresa de reciclagem (Papel, plástico, garrafa pet, pneu)**. Disponível em: <<http://papeis.observatorioderesiduos.com.br/files/2012/06/empresa-de-reciclagem-papel-plastico-garrafas-pet-pneu.pdf>>

Conforme registra a obra de Russo (2003) só no fim do século XIX, na Inglaterra houve os primeiros esforços relacionados a ações de descartes de resíduos sólidos, inclusive a primeira lei voltada às formas de gestão e descarte destes materiais datam de 1888.

No que refere a escritos o autor também registra como primeiro livro o lançado em 1906 por *B. Parsons*, intitulado “*The Disposal of Municipal Refuse*”. Neste livro, havia indicações para separação dos resíduos por classes, a necessidade de aplicar ações uniformes englobando responsabilidade a algumas cidades Inglesas.

Desta forma Russo (2003, p.8) conceitua a gestão de resíduos sólidos:

[...] como uma disciplina associada ao controle, produção, armazenamento, recolha, transferência, transporte, processamento, tratamento e destino final dos resíduos sólidos, de acordo com os melhores princípios de preservação da saúde pública, economia, engenharia, conservação dos recursos, estética e outros princípios ambientais. Deste modo, a gestão de resíduos envolve uma inter-relação entre aspectos administrativos, financeiros, legais, de planejamento e de engenharia, cujas as soluções são interdisciplinares, envolvendo ciências e tecnologias provenientes da engenharia, economia, sociologia, geografia, planejamento regional, saúde pública, demografia, comunicações e conservação.

Para o exposto Monteiro *et al* (2001, p.9) em seus estudos refere-se a:

[...] Programa de Treinamento e Capacitação de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos, patrocinado pela SEDU [...]. O programa inclui um Curso a Distância [...] oferecido não só a técnicos e decisores municipais, mas estendendo-se à participantes de Câmaras e Conselhos Municipais, de ONGS, Universidades e empresas prestadoras de serviço.

Conforme Monteiro *et al* (2001, p.10) o programa citado, oferece além de ensino a distância, “oficinas presenciais direcionadas”.

### **3.1 LEI Nº 12.305: POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS.**

Conforme a Lei nº 12.305 de 02 de agosto de 2010<sup>6</sup>, que institui a política nacional de resíduos sólidos faz saber as normas de gerenciamento destes materiais, inclusive apontando graus de periculosidade e sobretudo responsabilizando os geradores destes resíduos a uma gestão eficaz, bem como o poder público de fiscalizar estas ações.

A lei dispõe que as partes devem reconhecer o ciclo de vida dos produtos/materiais – que conforme o Capítulo II desta Lei, inciso IV, corresponde a compreensão das series de

---

<sup>6</sup> BRASIL - Presidência da República, Casa Civil. Lei N. 12.305 de 02 de agosto de 2010. (2010). Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm)>

“etapas que envolvem o desenvolvimento do produto, a obtenção de matérias-primas e insumos, o processo produtivo, o consumo e a disposição final” (BRASIL, 2010, p.1).

Na forma da lei, também são estabelecidos critérios onde se acentuam as respectivas preocupações com a área contaminada. São apresentadas determinações sobre coleta seletiva, controle social, destinação final e padrões sustentáveis de produção e consumo (BRASIL, 2010).

De acordo com Monteiro *et al* (2001) os resíduos sólidos, ou lixo sólido “devem ser separados na fonte de produção pelos respectivos geradores, e daí seguir passos específicos para remoção, coleta, transporte, tratamento e destino correto”, assim sendo os geradores devem se envolver no processo, integrando-se ao sistema de gestão. Assim, compreende-se que:

A logística reversa trata-se de: “[...] instrumento de desenvolvimento econômico e social [...] conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento” (BRASIL, 2010, p.1).

A reciclagem trata-se de processo de transformação visando o aproveitamento “dos resíduos sólidos que envolvem a alteração de suas propriedades físicas, físico-químicas ou biológicas, com vista a transformação de insumos ou novos produtos, observadas as condições e os padrões estabelecidos pelos órgãos competentes” (BRASIL, 2010, p.1).

A reutilização confere o ato de “aproveitamento dos resíduos sólidos sem sua transformação biológica, física ou físico-química, observadas as condições e os padrões estabelecidos pelos órgãos competentes” (BRASIL, 2010, p.1).

No exposto deve-se compreender quando os resíduos sólidos passam a caracterizar-se como rejeitos, que ocorre “depois de esgotadas todas as possibilidades de tratamento e recuperação por processos tecnológicos disponíveis e economicamente viáveis, além de não apresentarem outra possibilidade que não a disposição final ambientalmente adequada”, desta forma, para a destinação final deste material pode-se fazer uso dos “serviços públicos de limpeza urbana e de manejo de resíduos sólidos” (BRASIL, 2010, p.1).

#### **4 METODOLOGIA**

Neste trabalho, realizou-se uma pesquisa bibliográfica seguida de um estudo de campo, descritivo-exploratório, de cunho qualitativo subsidiado pela prévia coleta de

referencial teórico a fim de oportunizar uma análise, discussão e apresentação de considerações coesas com os objetivos a que se propôs alcançar.

O estudo de caso possibilita aprofundamento das questões levantadas no trabalho, onde o pesquisador apresenta-se participativo no processo. A pesquisa descritiva trata-se da descrição minuciosa de experiências, situações, fenômenos e processos. A exploratória considera o fato de o pesquisador desconhecer o assunto e, o estudo qualitativo expressa a qualidade e a natureza das coisas sem preocupar-se com quantidade (GIL, 2008).

A Reciclados Ana Pampa Ltda, é a empresa-alvo do estudo onde os dados foram coletados com seu administrador responsável. A ferramenta de pesquisa utilizada foi uma entrevista estruturada, com 8 (oito) perguntas, tendo entre estas, questões fechadas e semi-fechadas. Desta forma, a análise deu-se no confronto das evidências encontradas em campo com o material teórico, gozando a liberdade de inferir a partir de exame dos respectivos dados e informações coletadas e da percepção observada frente à entrevista (trazendo para o estudo alguns comentários significativos à parte) demonstrando o conhecimento adquirido com estudo em âmbito geral sobre o tema.

#### **4.1 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS**

Elaborou-se uma entrevista com 8 (oito) questões aplicadas ao gestor da Reciclados Ana Pampa LTDA, onde:

Na primeira questão, interrogou-se sobre: Como surgiu a ideia de montar a empresa de Reciclados Ana Pampa – a questão era fechada, oportunizando a escolha de uma opção entre 4 (um sonho do proprietário; resultou de estudos das necessidades do mercado; algo promissor; sugerido) – assim sendo o administrador contou que *‘o negócio se apresentou como algo promissor, repentinamente’*.

O proprietário da Reciclados Ana Pampa, estando em contato com o gerente da empresa cedente dos resíduos, que necessitava de uma prestadora de serviço para encarregar-se do descarte dos resíduos sólidos, teve, portanto um *insight*.

Sobretudo, o proprietário da Reciclados Ana Pampa considerou o porte da empresa a que prestaria serviços, e a sua colocação no mercado tanto a nível nacional quanto internacional. As perspectivas da empresa locadora do serviço estão em contínua alta, tanto pelo segmento a que se refere que trata de gêneros alimentícios (enlatados), quanto pela excelente estrutura e unidades específicas de produção, comercialização e distribuição.

As colocações do entrevistado conceberam uma percepção que o negócio seria caracterizado como empreendedorismo, pois, de acordo com SEBRAE (2012b, p.1) “empreender é identificar oportunidades e desenvolver meios de aproveitá-las, assumindo riscos e desafios”.

Na questão seguinte (dois) questiona-se o sentido em que é realizado o trabalho da empresa foco deste estudo, oportunizando 4 opções e uma marcação de múltipla escolha, desta forma o empresário considerou todas as questões como positivas, onde diz que trabalha no sentido de:

*‘Contribuir com a fábrica vizinha no sentido de comprometer-se com as formas de gestão de resíduos sólidos por ela produzidos’.*

*‘Proporcionar a empresa a que prestamos serviço, a viabilidade do cumprimento das leis que lhe asseguram o direito de manter-se funcionando’.*

*‘Manter uma parceria com a empresa a que prestamos serviços a fim de contribuir para que esta se mantenha competitiva e bem conceituada na sociedade, e desta forma tenha um crescimento sustentável’.*

*‘Observamos uma relação recíproca, um bom negócio para a empresa a que prestamos serviço, e um excelente empreendimento para Ana Pampa’.*

Conforme as respostas do entrevistado, as atividades da Reciclados Ana Pampa se limitam a prestar serviços a empresa/fábrica que loca os seus serviços, assegurando sua funcionalidade nas formas da lei, requeridas para o enfoque que se refere a gestão de resíduos sólidos – uma questão acentuadamente configurada como de responsabilidade social.

De acordo com Butcher (2007, p.4) a responsabilidade social refere-se a estimular “a adoção de modelos de produção, comercialização e consumo que favorecem a solidariedade, a reciprocidade, a inclusão social, a sustentabilidade ambiental, o comércio justo e o empreendedorismo”.

Ao questionar se a Reciclados Ana Pampa pode fornecer seus serviços para outras empresas locais, a resposta foi *‘não porque o negócio é fechado’*, explicando que o local de instalação em que se encontra a empresa é da locadora de seus serviços, que não cobra nenhuma forma de aluguel para sua funcionalidade.

Conforme Brasil (2010, p.1) a Lei nº 12.305 de agosto de 2010, que institui a Política Nacional de resíduos sólidos responsabiliza os geradores destes resíduos a uma gestão eficaz, bem como o poder público de fiscalizar, acompanhar e quando possível auxiliar nesta gestão fazendo uso dos instrumentos econômicos aplicáveis.

O enfoque está para prática de gestão integrada e também refere que os administradores que ao adquirir materiais para produção, tenham conhecimento do ciclo de vida dos produtos com foco em resíduos.

Na questão quatro, questionam-se quais os processos de gestão de resíduos são adotados na Reciclados Ana Pampa. Conforme o entrevistado, a empresa *‘recebe o material, separa, classifica, higieniza e reaproveita o que dá, e o que não serve repassa a outra empresa do gênero’*.

Para a questão, fica claro que em nenhum momento a empresa cedente dos resíduos vende o material, também não utiliza de aterros e incineração. A empresa ainda coloca que 97% dos resíduos sólidos que se referem a plástico são moídos e aglutinados.

Estudos apontam que moer e aglutinar são as melhores formas de tratar o plástico, podendo este inclusive ser comercializado. Este material conforme Cardoso (2008) pode ser utilizado: “[...] na confecção de botões para fogão a gás; tubos cinzas para chuveiros elétricos, roupas de poliéster misturado ao algodão, vassouras de cerdas plásticas, acessórios para automóveis” entre outros.

Na questão cinco, elaborada de modo fechado questionou-se o posicionamento da Reciclados Ana Pampa frente a legislação ambiental, onde oportunamente deu-se por opção 3 questões, de múltipla escolha. Neste sentido administrador considerou afirmativas as três questões:

*‘A empresa passa por auditorias periodicamente. Está, portanto continuamente apta para uma revista, trabalhando de forma transparente’;*

*‘Preocupa-se em manter-se atualizada com a legislação no enfoque relativo aos meios de descartes apropriados, aconselhados em lei’;*

*‘Mantém-se informada sobre as licenças necessárias para manter-se em funcionamento’.*

A introdução da era industrial, assim como a globalização resultaram na introdução de novos conceitos ao cenário mercadológico, tais como desenvolvimento sustentável e ecoeficiência. “Desenvolvimento sustentável implica em satisfazer a necessidade do presente sem prejudicar as gerações futuras” (BORTOLI, 2008), ou simplesmente produzir com responsabilidade perante as sociedades que virão.

O autor ainda afirma que independentemente de uma organização se tratar de uma empresa de reciclagem ou não, o cenário mercadológico atual fomenta transparência na gestão

empresarial a fim de se manter competitiva, onde a todas são cobradas ações de desenvolvimento sustentável, sendo assim estas configuram a responsabilidade social.

Na questão seis, questionou-se sobre quais as licenças são cobradas para o funcionamento da Reciclados Ana Pampa e a resposta foi: ‘Licença de Instalação e Licença de Operação’.

As licenças a que se refere o administrador são de fato as únicas solicitadas normalmente. Conforme SEMACE<sup>7</sup>, a licença de instalação (LI) “autoriza o início da instalação do empreendimento ou atividade” observando “medidas de controle ambiental”, e a licença de operação (LO) “autoriza a operação da atividade, [...] após a verificação do efetivo cumprimento das exigências das licenças anteriores [...] bem como do adequado funcionamento das medidas de controle ambiental, equipamentos de controle de poluição”.

Na questão sete focada no marketing, se questionou se a empresa Reciclados Ana Pampa menciona o nome da sua locatária em meios de comunicação, onde o administrador ao responder a questão disse: ‘Não, por não haver interesse’.

Em seguida na questão oito, fez-se uma pergunta correlacionada com a sete, onde se perguntou se a empresa faz algum tipo de marketing do seu negócio, ao que o empresário respondeu ‘não faz nenhum tipo de divulgação’.

Desta forma o administrador demonstrou que o trabalho, em termos observa certo sigilo, não havendo exploração de possibilidades empreendedoras como a exemplo correlatos a ações de marketing, nem mesmo a intencionalidade de produzir uma imagem da empresa a nível comunitário.

Para Kotler (2000, p.27 *apud* PEREIRA, 2012, p.2) “as organizações trabalham sistematicamente para construir uma imagem sólida e positiva na mente de seu público”, e isto é uma forma bem comum de fazer marketing.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Toda a empresa se configura como uma pessoa jurídica, e deve, portanto adotar práticas de responsabilidade social em suas ações tanto de produção, como no consumo, e nas práticas de venda e revenda (tanto de produtos como de serviços), atentando para o cuidado

---

<sup>7</sup> SEMACE; Site da Superintendência Estadual do Meio Ambiente – **Tipos de licença e autorização/ prazos de validade e renovação**. Disponível em:< <http://www.semace.ce.gov.br/tipos-de-licenca-e-autorizacao-prazos-de-validade-e-renovacao/> >

com a natureza, bem comum de uma sociedade. Desta forma, a gestão ambiental é um resultante desta. Contudo também esta postura de ‘responsabilidade social’, repercute automaticamente na venda de uma imagem da empresa o que por sua vez configura-se como ações de marketing, mais precisamente quando a empresa torna públicas estas ações.

Já o empreendedorismo configura-se como uma forma de administrar oportunidades, ou seja, ele significa ação ou resultado de empreender – decidir ou tentar realizar tarefa difícil, o que refere a investir na transformação de um problema a uma solução lucrativa. No cenário mercadológico um empreendimento se configura na geração de empregos, renda. Desta forma a Reciclados Ana Pampa se configura como um negócio empreendedor.

Frente ao problema de pesquisa que refere-se a quais os aspectos que estimularam a criação da Reciclados Ana Pampa LTDA, tendo-se como resposta que ao contatar o empresário mantenedor o administrador da empresa de reciclados teve um insight, considerando o negocio promissor, devido aos aspectos que referem-se a necessidade de uma prestadora de serviço do gênero, o porte e a reputação da empresa mantenedora, com ênfase na sua posição no mercado (multinacional).

Entretanto, não se considera que a Reciclados Ana Pampa, seja um negócio altamente empreendedor. Seria diferente se aumentasse o seu quadro funcional, e estabelecesse uma estratégia de ação para o gerenciamento do resíduo sólido no contexto urbano, a que refere a Hulha Negra, por exemplo. Registraria um avanço para o negócio que aparenta sim, solidez, mas no momento não reflete como um negócio de expectativas. O empreendedor, portanto poderia ter maior ousadia.

Acredita-se que desta forma o negócio ainda que se responsabilizasse por modalidades de resíduos específicas, traria para si e para as sociedades e também para a empresa que a estabeleceu no local, um grande benefício.

A exemplo desta forma, esta ação/iniciativa poderia se constituir como uma ferramenta de marketing favorecendo o seu mantenedor. Também, poderia se favorecer de uma ação caracterizada como gestão ambiental para a divulgação da responsabilidade social da sociedade, e empresas, em um programa (que poderia contar também com a parceria do governo) bem estruturado, conscientizador para fins de impulsionar as comunidades a posicionamento fiscalizador (já configurado nas cidades de maiores portes, mais evoluídas) e, inclusive fazer com que esta mesma sociedade passe a almejar e a favorecer um crescimento sustentável do local.



A região fomenta a adoção desta modalidade de iniciativa, que recria hábitos de produção, comercialização e consumo para todos os sujeitos constituintes de uma sociedade, solidária. Uma sociedade consciente da reciprocidade de seus atos. Iniciativas que venham a favorecer sobretudo, a inclusão social abrindo vagas de trabalho para pessoas que até então apresentam dificuldade neste sentido, que se encontram sem expectativas de alcançar uma vaga de emprego, tais como pais de família e mulheres acima de 45 anos, entre outros.

Para análise, avaliação das formas de reciclagem adotadas, como a investigação das possíveis inovações para o contexto, onde a empresa por exemplo se beneficiar do estabelecimento de oficinas locais - a empresa poderia almejar, estudar uma forma de manter uma equipe de pesquisa. Acredita-se que aderindo a um projeto desta modalidade a Reciclados Ana Pampa teria grande repercussão local.

Os estudos teóricos observam que em muitos estados já existe esta modalidade de iniciativa, inclusive programas bem estruturados, e desenvolvidos por órgãos competentes, que não almejam trabalhar sozinhos preconizam sobretudo as parcerias como único meio de sucesso para a gestão de resíduos, constituindo o processo como integrado.

Mas, o negócio da Reciclados Ana Pampa LTDA é um negócio fechado, tratado com aparente sigilo. O que limita a atuação e inclusive o desenvolvimento/crescimento da empresa é o fato desta ter um contrato de exclusividade, ou seja, de prestação de serviços exclusivos a sua mantenedora. O processo de reciclagem da empresa em nenhum momento se pronuncia como indústria produtora de resíduos para venda. Muito embora, estudos apontem que, por exemplo, o plástico aglutinado tem uma boa recepção no comércio.

Assim sendo, compreende-se que este negócio observa enfoque voltado a responsabilidade social, não favorecendo ações marketing e se, em algum momento caracteriza-se como empreendedor este momento esta oculto, pois ele se pronuncia tal qual a contratação de um funcionário mas que no caso refere-se a uma pessoa jurídica, praticamente é percebido com extensão da empresa locatária (tipo um departamento), que demonstra ter benefícios a parte não especificados.

## **REFERÊNCIAS**

ABREU, Cláudia Buhamra. **Serviço Pós-venda: a dimensão esquecida do marketing.** Administração mercadológica RAE São Paulo, Jul/Ago/Set de 1996. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v36n3/a04v36n3.pdf>> Acesso em 24 de Out de 2012.

BORTOLI, Andrey de. **A importância da auditoria jurídica nas empresas para o desenvolvimento sustentável.** Disponível em: <<http://www.biblioteca.pucpr.br/tede/>>

tde\_arquivos/1/TDE-2008-04-05T151915Z-778/Publico/Andreya.pdf> Acesso em 29 de Out. de 2012.

BRASIL - Presidência da República, Casa Civil. Lei N. 12.305 de 02 de agosto de 2010. (2010). Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm)>. Acessado em 15 de junho de 2012.

BUTCHER, John. **Vínculos de Negócios Sustentáveis em Resíduos Sólidos**. SP: Ethos. 2007. Disponível em:<[http://www.ethos.org.br/\\_Uniethos/documents/VincSust\\_res\\_sold\\_A4.pdf](http://www.ethos.org.br/_Uniethos/documents/VincSust_res_sold_A4.pdf)> Acesso em 10 de Set. de 2012.

CAMPOS, Lucila Maria de Souza. **Apostila de Auditoria ambiental**. Cascavel UFSC. 2002.

CARDOSO, Sabrina Fernandes. **Gestão de resíduos sólidos domiciliares**. Faculdades integradas de Jacarepaguá. Braço do Norte / 2008. Disponível em:<[http://sigplanet.sytes.net/nova\\_plataforma/monografias../5269.pdf](http://sigplanet.sytes.net/nova_plataforma/monografias../5269.pdf)> Acesso em 29 de Out. de 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª Edição. São Paulo. Editora Atlas. 2008.

GUEDES, Rita de Cássia. **Responsabilidade Social & Cidadanias Empresariais : Conceitos Estratégicos Para as Empresas Face a Globalização**. Disponível em:<[http://www.lasociedadcivil.org/docs/ciberteca/cassia\\_guedes.pdf](http://www.lasociedadcivil.org/docs/ciberteca/cassia_guedes.pdf)> Acesso em 19 de Out. de 2012.

HOSKEN, Márcio. **Conceitos de Gestão Ambiental**. Site pessoal de Márcio Hosken Sobre Implantação de Sistemas de Gestão em ISO: 9001 ISO: 140001, OHSAS 18001 e SA 8000 / Qualidade sem segredos. Disponível em:<[http://www.qualidade.adm.br/uploads/meioambiente/conceitos\\_gestaoambiental.pdf](http://www.qualidade.adm.br/uploads/meioambiente/conceitos_gestaoambiental.pdf)> Acesso em 13 de Ago. de 2012.

JCGA – I Jornada Científica de Ferramentas de Gestão Ambiental para Competitividade e Sustentabilidade / JCGA 2009 . **Os desafios da incorporação da Gestão Ambiental e social em organizações empresariais**. ANAIS IFRN – Miniauditório. Natal-RN, 25 a 27 de novembro de 2009. Disponível em :<[http://www2.ifrn.edu.br/propri/Anais\\_JCGA2009.pdf](http://www2.ifrn.edu.br/propri/Anais_JCGA2009.pdf)> Acesso em 14 de Ago. de 2012.

LOURENÇO, Alex Guimarães; SCHRODER, Débora de Souza. **Vale investir em responsabilidade social empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas**. São Paulo Fundação Petrópolis. 2003. Disponível em:<[http://ethos.org.br/\\_Uniethos/Documents/VALE%20INVESTIR%20EM%20RESPONSABILIDADE%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20\\_.pdf](http://ethos.org.br/_Uniethos/Documents/VALE%20INVESTIR%20EM%20RESPONSABILIDADE%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20_.pdf)> Acesso em 14 de Ago. de 2012.

MONTEIRO *et al*, José Henrique Penido. **Manual de Gerenciamento Integrado de Resíduos Sólidos**. Coordenação Técnica Victor Zular Zveibil. Rio de Janeiro: IBAM, 2001. Patrocínio Secretaria Especial de Desenvolvimento Urbano da Presidência da República – SEDU/PR.

MORALES, Angélica Góis Müller. **Formação do Educador ambiental: (re)construindo uma reflexão epistemológica frente ao curso de especialização em educação, meio ambiente e desenvolvimento.** UFPR. In: VI EDUCERE Congresso Nacional de Educ., 2006. Curitiba. Anais do VI Educere. 2006. Disponível em:<<http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2006/anaisEvento/docs/CI-011-TC.pdf>> Acesso em 15 de Out. de 2012.

PEREIRA, Marisa Viana. **Administração de Marketing.** Disponível em:<<http://www.qir.com.br/wp-content/uploads/KOTLER-MARKETING-completo.pdf>> Acesso em 19 de Out. de 2012.

RUSSO, Mário Augusto Tavares. **Tratamento de Resíduos Sólidos.** Universidade de Coimbra Faculdade de Ciências e Tecnologia Departamento de Engenharia Civil. 2003. Disponível em:<<http://homepage.ufp.pt/madinis/RSol/Web/TARS.pdf>> Acesso em 09 de Out. de 2012.

SEBRAE, Site do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. **Empresa de reciclagem.** 2004. Disponível em:<<http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vcduto=2681>> Acesso em 2 de Out. de 2012.

SEBRAE, Site do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. **Empresa de reciclagem (Papel, plástico, garrafa pet, pneu).** Disponível em:<<http://papeis.observatorioderesiduos.com.br/files/2012/06/empresa-de-reciclagem-papel-plastico-garrafas-pet-pneu.pdf>> Acesso em 2 de Out. de 2012.

SEBRAE, Site do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. **Empreender é ter vontade e oportunidade.** Disponível em:<<http://www.sebrae.com.br/momento/quero-melhorar-minha-empresa/comece-por-voce/empreendedorismo>> Acesso em 2 de Out. de 2012b.

SEMACE; Site da Superintendência Estadual do Meio Ambiente – **Tipos de licença e autorização/ prazos de validade e renovação.** Disponível em:<<http://www.semace.ce.gov.br/tipos-de-licenca-e-autorizacao-prazos-de-validade-e-renovacao/>> Acesso em 06 de Out. de 2012.

SILVA, Valdinete Lins. **Aplicação do Modelo de Gestão Ambiental nas Lavanderias Industriais de Toritama.** Resumo expandido. Jepex/UFRPE, 2009.

SPERANDIO, Sérgio Antônio; GASPAR, Marcos Antônio. **Gestão sócio ambiental em empresas industriais.** Rev Adm. UFSM, Santa Maria, v. 2, n. 1. Jan./Abr. 2009. Disponível em: <<http://repositorio.uscs.edu.br/bitstream/123456789/136/2/Gestao%20Socioambiental.pdf>> Acesso em 13 de Ago. de 2012.