

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

GUILHERME MACIEL MAFRA

Avaliação da sustentabilidade ambiental: estudo de caso em um supermercado de Florianópolis com aplicação do SICOGEA.

**Florianópolis, SC
2008**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

Avaliação da sustentabilidade ambiental: estudo de caso em um supermercado de Florianópolis com aplicação do SICOGEA.

GUILHERME MACIEL MAFRA

Monografia apresentada ao responsável pela Coordenação de Monografias do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina - Florianópolis, como um dos pré-requisitos para obtenção do título de bacharel em Ciências Contábeis.

Profa. Orientadora: Dra. Elisete Dahmer Pfitscher


**Florianópolis, SC
2008**

GUILHERME MACIEL MAFRA

Avaliação da sustentabilidade ambiental: estudo de caso em um supermercado de Florianópolis com aplicação do SICOGEA.

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota 9,5, atribuída pela banca constituída pelos professores abaixo:

Florianópolis, 3 de julho de 2008.



Prof^ª. Dr^ª. Valdirene Gasparetto

Coordenadora de Monografia do Departamento de Ciências Contábeis

Professores que compuseram a banca:



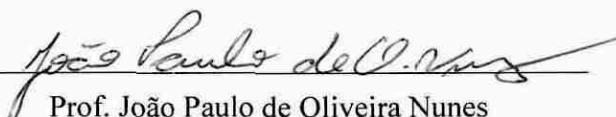
Prof^ª. Dr^ª. Elisete Dahmer Pfitscher (Orientadora)

Departamento de Ciências Contábeis



Prof^ª. Dr^ª. Bernadete Limongi

Departamento de Ciências Contábeis



Prof. João Paulo de Oliveira Nunes

Departamento de Ciências Contábeis

DEDICATÓRIAS

Dedico este trabalho aos meus pais,
Walmor e Sandra,
que nunca mediram esforços
para me educar e fazer com que esta
conquista fosse possível.

Dedico este trabalho também
ao meu afilhado **Leonardo,**
criança especial que surgiu na minha vida.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, que me ensinaram seus valores de ética e moral desde os meus primeiros anos de vida.

Às minhas irmãs, Gabriela e Juliana, que não imaginam sua importância na minha vida.

Aos demais parentes, que compreenderam a minha prioridade em realizar este trabalho.

À professora Elisete, pela orientação dada a este trabalho e também nas cadeiras em que a tive como professora durante o curso, e que sempre acreditou na minha capacidade para realizar um bom trabalho.

Ao Leonardo e ao Vinícius, pela amizade fiel durante a faculdade e que certamente não acabará com a conclusão do curso.

Aos meus colegas de sala, por me “adotarem” na turma durante o curso.

Aos meus amigos, que por vezes entenderam minha ausência em seus encontros.

À Universidade Federal de Santa Catarina, por ter me proporcionado as primeiras chances de obter conhecimento na área da ciência contábil.

Ao Supermercado Hippo, em especial à Márcia Bonett, que forneceu as informações necessárias para que a realização deste estudo de caso fosse possível.

A todos os professores, pelos ensinamentos transmitidos durante o curso.

Aos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho.

A todos, muito obrigado.

“Eu devia estar contente
por ter conseguido tudo o que eu quis
mas confesso abestalhado
que eu estou decepcionado

Porque foi tão fácil conseguir
e agora eu me pergunto: E daí?
Eu tenho uma porção de coisas grandes
pra conquistar, e eu não posso ficar aí parado.”

(Raul Seixas – Ouro de tolo)

RESUMO

MAFRA, Guilherme Maciel. **Avaliação da sustentabilidade ambiental**: estudo de caso em um supermercado de Florianópolis com aplicação do SICOGEA. 2008. 119f. Monografia – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

O presente trabalho é o resultado de uma monografia do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina e tem como objetivo aplicar parcialmente o Sistema Contábil Gerencial Ambiental em um supermercado de Florianópolis para avaliar a sua sustentabilidade ambiental e apresentar alternativas de otimização nas suas ações ambientais. Primeiramente é feita uma revisão teórica, abordando os temas meio ambiente e impacto ambiental, gestão ambiental, auditoria ambiental, controladoria ambiental, *benchmarking* ambiental, contabilidade ambiental, ativo ambiental, passivo ambiental, custo ambiental, despesa ambiental, receita ambiental, sistemas de gestão ambiental, sistema GAIA e sistema SICOGEA, e uma contextualização dos supermercados no Brasil. Após a revisão teórica é feito um estudo de caso no Supermercado Hippo, de Florianópolis, no qual se tenta verificar a sustentabilidade ambiental do supermercado, através do método SICOGEA, com o auxílio da lista de verificação adaptada para o setor. A lista de verificação foi dividida em seis critérios, sendo eles: **fornecedores, colaboradores, responsabilidade sócio-ambiental, disponibilidade de capital, contabilidade e auditoria ambiental e execução do serviço**. Após a coleta de dados através de entrevista, foi feita uma análise da sustentabilidade do supermercado. A análise apontou que o critério de contabilidade e auditoria ambiental foi o critério mais deficitário entre os analisados, porém, ainda assim foi classificado como “regular”. Os demais critérios foram classificados, de acordo com a metodologia do SICOGEA, como “adequados”, indicando um alto desempenho ambiental realizado pela empresa. A partir da priorização do critério, foi elaborado um plano resumido de gestão ambiental para o supermercado, com foco nas ações contábeis e de auditoria ambiental, critério mais deficitário na avaliação de sustentabilidade pela lista de verificação apresentada. Por fim, o trabalho apresenta as conclusões, demonstrando como os objetivos específicos foram alcançados, bem como as considerações finais do pesquisador e uma lista de sugestões para futuros trabalhos.

Palavras-chave: Sustentabilidade Ambiental; Aplicação Parcial do SICOGEA; Contabilidade e Auditoria Ambiental; Supermercado de Florianópolis.

LISTA DE QUADROS

Quadro 2.1: Benefícios da gestão ambiental.....	23
Quadro 2.2: Auditorias contábil e ambiental.....	25
Quadro 2.3: Vantagens e desvantagens da auditoria ambiental.....	27
Quadro 2.4: Tipos de auditoria ambiental.....	28
Quadro 2.5: Descrição das funções do <i>controller</i>	29
Quadro 2.6: Tipos e enfoque da contabilidade ambiental.....	33
Quadro 2.7: Desenvolvimento de um sistema de gestão ambiental.....	42
Quadro 2.8: Fases e atividades do método GAIA.....	44
Quadro 2.9: Etapas da proposta de modelo do SICOGEA.....	47
Quadro 2.10: Estrutura da terceira etapa do SICOGEA.....	48
Quadro 2.11: Avaliação da sustentabilidade e desempenho ambiental.....	49
Quadro 3.1: Lista de Verificação: Questões do Critério I – Fornecedores.....	62
Quadro 3.2: Lista de Verificação: Questões do Critério II – Colaboradores.....	64
Quadro 3.3: Lista de Verificação: Questões do Critério III – Responsabilidade sócio-ambiental.....	66
Quadro 3.4: Lista de Verificação: Questões do Critério IV – Disponibilidade de capital..	68
Quadro 3.5: Lista de Verificação: Questões do Critério V – Contabilidade e auditoria ambiental.....	70
Quadro 3.6: Lista de Verificação: Questões do Critério VI – Execução do serviço.....	73
Quadro 3.7: Plano resumido de gestão ambiental.....	79
Quadro 4.1: Objetivos específicos e resultados obtidos.....	84

LISTA DE TABELAS

Tabela 3.1: Priorização dos critérios analisados na lista de verificação.....	77
---	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 3.1: Logomarca do supermercado.....	54
Figura 3.2: Bicho de pelúcia da mascote do supermercado.....	54
Figura 3.3: Mapa do supermercado.....	55
Figura 3.4: Fachada do supermercado.....	55
Figura 3.5: Vista do interior do supermercado.....	56
Figura 3.6: Açougue do supermercado.....	58
Figura 3.7: Gôndola com produtos orgânicos.....	59
Figura 3.8: Distribuição do número de questões por critério.....	60
Figura 3.9: Análise global de sustentabilidade.....	62
Figura 3.10: Análise do Critério I – Fornecedores.....	63
Figura 3.11: Análise do Critério II – Colaboradores.....	65
Figura 3.12: Análise do Critério III – Responsabilidade sócio-ambiental.....	67
Figura 3.13: Análise do Critério IV – Disponibilidade de capital.....	69
Figura 3.14: Análise do Critério V – Contabilidade e auditoria ambiental.....	71
Figura 3.15: Análise do Critério VI – Execução do serviço.....	75

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

5W2H – *What? Why? When? Where? Who? How? How much?*

ABNT – Agência Brasileira de Normas Técnicas

ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CFC – Conselho Federal de Contabilidade

CONAMA – Conselho Nacional do Meio Ambiente

EPA – *Environmental Protection Agency*

FASB – *Financial Accounting Standards Board*

FGV/SP – Fundação Getúlio Vargas/São Paulo

GAIA – Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais

IBRACON – Instituto dos Auditores Independentes do Brasil

ICAC - Instituto de Contabilidade e Auditoria de Contas

NPA – Normas e Procedimentos de Auditoria

NRB ISO – Norma da *International Organization for Standardization*

ONG – Organização não-governamental

SESC – Serviço Social do Comércio

SGA – Sistema de Gestão Ambiental

SICOGEA – Sistema Contábil Gerencial Ambiental

SIE – Selo de Inspeção Estadual

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

SUMÁRIO

RESUMO	vi
LISTA DE QUADROS	vii
LISTA DE TABELAS	vii
LISTA DE FIGURAS	viii
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	ix
1 INTRODUÇÃO	12
1.1 TEMA E PROBLEMA	12
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 Objetivo geral.....	14
1.2.2 Objetivos específicos	14
1.3 JUSTIFICATIVA.....	14
1.4 METODOLOGIA	15
1.4.1 Trajetória Metodológica.....	16
1.5 DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	17
1.6 LIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	17
1.7 ESTRUTURA E DESCRIÇÃO DOS CAPÍTULOS	18
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	19
2.1 MEIO AMBIENTE E IMPACTO AMBIENTAL.....	20
2.2 GESTÃO AMBIENTAL	21
2.3 AUDITORIA AMBIENTAL	24
2.4 CONTROLADORIA AMBIENTAL.....	29
2.5 <i>BENCHMARKING</i> AMBIENTAL	30
2.6 CONTABILIDADE AMBIENTAL	32
2.6.1 Ativo Ambiental.....	34
2.6.2 Passivo Ambiental.....	35
2.6.3 Custo Ambiental	36
2.6.4 Despesa Ambiental	38
2.6.5 Receita Ambiental.....	39
2.7 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL.....	41
2.7.1 Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais.....	43
2.7.2 Sistema Contábil Gerencial Ambiental.....	46
2.8 CONTEXTUALIZAÇÃO DOS SUPERMERCADOS NO BRASIL	50
3 ESTUDO DE CASO	53
3.1 BREVE HISTÓRICO DO SUPERMERCADO HIPPO	53
3.2 PREOCUPAÇÃO SÓCIO-AMBIENTAL DO SUPERMERCADO.....	56

3.3 APRESENTAÇÃO DA LISTA DE VERIFICAÇÃO E RESULTADOS	59
3.3.1 Análise Global de Sustentabilidade do Supermercado	61
3.3.2 Análise do Critério I – Fornecedores	62
3.3.4 Análise do Critério III – Responsabilidade Sócio-Ambiental	66
3.3.5 Análise do Critério IV – Disponibilidade de Capital	68
3.3.6 Análise do Critério V – Contabilidade e Auditoria Ambiental.....	69
3.3.7 Análise do Critério VI – Execução do Serviço	73
3.4 CLASSIFICAÇÃO DOS CRITÉRIOS PRIORITÁRIOS	76
3.4 PLANO RESUMIDO DE GESTÃO AMBIENTAL	78
4 CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS	82
4.1 CONSIDERAÇÕES DO PESQUISADOR	82
4.2 CONCLUSÕES QUANTO À PROBLEMÁTICA.....	83
4.3 CONCLUSÕES QUANTO AOS OBJETIVOS	84
4.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	86
4.5 SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS	87
REFERÊNCIAS	88
APÊNDICES.....	93
APÊNDICE A	94
APÊNDICE B	95
APÊNDICE C	100
ANEXOS	105
ANEXO A.....	106
ANEXO B	112
ANEXO C	114
ANEXO D.....	116

1 INTRODUÇÃO

"Embora ninguém possa voltar atrás e fazer um novo começo,
qualquer um pode começar agora e fazer um novo fim."
(Chico Xavier)

Esta pesquisa aborda como a contabilidade ambiental, através do SICOGEA¹, pode auxiliar um supermercado de Florianópolis no seu processo de gestão sócio-ambiental. Seu resultado final pode servir de base teórica para futuros trabalhos, visto que o tema "Gestão Sócio-Ambiental" está sendo estudado amplamente na comunidade acadêmica.

1.1 TEMA E PROBLEMA

É inegável, hoje, a falta de uma ampla conscientização de que o meio ambiente está carecendo de maiores cuidados por parte daqueles que o utilizam para construir seus abrigos e dele retiram sua subsistência..

A poluição, o uso desenfreado de recursos naturais e até mesmo a falta de educação ambiental geral estão alterando o meio ambiente. Os desastres naturais estão sendo constantemente expostos na mídia, que aponta o homem como um dos maiores causadores desses acontecimentos.

Essa culpa vem tentando ser eliminada através de ações ambientais que estão dando um futuro mais esperançoso aos seres humanos. Campanhas ecológicas estão sendo lançadas, ações ambientais estão ganhando fôlego nos noticiários, e até mesmo gestos de usos racionais dos recursos naturais estão sendo praticados pelos cidadãos. E as empresas estão colaborando também. Movidas por incentivos – sejam eles econômicos ou mercadológicos – as empresas estão encampando a idéia da sustentabilidade sócio-ambiental.

Através do gerenciamento ambiental, as empresas estão adotando medidas que tentam mitigar o impacto de suas atividades no meio ambiente. Isso está se tornando uma imposição do

¹ Sistema Contábil Gerencial Ambiental

mercado, uma vez que a população em geral está preocupada com o futuro do planeta, e exigindo das empresas uma postura mais séria e comprometida com relação ao meio ambiente.

Sendo, então, o meio ambiente um assunto que interessa a todos, deve ser visto como um tema a ser estudado em todas as áreas das ciências. Segundo Rebollo (2001A, p.2),

O tema *meio ambiente* (grifo do autor) pode e deve ser examinado sob vários ângulos. É um assunto que deve ser encarado como multidisciplinar. Todas as ciências devem considerá-lo objeto de discussões, estudos e pesquisas visto sua importância para a humanidade, no presente e, principalmente, para o seu futuro.

A Contabilidade, então, como ciência social que é, por ser o “[...] principal instrumento de comunicação da empresa com a comunidade, encontra-se envolvida nesse contexto” (PAIVA, 2003, p. 10).

A Contabilidade é, portanto, uma ferramenta capaz de auxiliar as empresas de uma forma gerencial, através de relatórios, demonstrativos e pesquisas qualitativas e quantitativas, a criarem um Sistema de Gestão Ambiental.

Deste modo, o tema desta pesquisa é o estudo de como a Contabilidade Ambiental pode auxiliar uma empresa, através de um estudo de caso, na gestão ambiental de um supermercado.

Com a metodologia do SICOGEA, esta pesquisa tem a intenção de responder à seguinte questão-problema: *Como a contabilidade ambiental pode auxiliar na gestão ambiental de um supermercado?*

1.2 OBJETIVOS

Este tópico classifica os objetivos gerais e específicos do estudo realizado.

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral desta pesquisa consiste em aplicar o SICOGEA, especificamente a primeira fase da terceira etapa, para conhecer a sustentabilidade ambiental de um supermercado de Florianópolis, com o auxílio da contabilidade ambiental.

1.2.2 Objetivos específicos

Como objetivos específicos, têm-se:

- apresentar conceitos de meio ambiente e impacto ambiental, gestão ambiental, auditoria ambiental, controladoria ambiental, *benchmarking* ambiental, contabilidade ambiental e suas especificações e sistemas de gestão ambiental;
- conhecer as principais práticas ambientais no supermercado estudado;
- analisar, através dos dados coletados com a lista de verificação, a sustentabilidade global obtida e a sustentabilidade por critérios da lista de verificação, e;
- apresentar um plano resumido de gestão ambiental com a contabilidade, utilizando o SICOGEA terceira etapa, especificamente a primeira fase;
- apresentar sucintamente a opinião do pesquisador.

1.3 JUSTIFICATIVA

A necessidade de se tomar medidas sustentáveis nas operações das empresas deixou de ser uma opção e passou a ser uma imposição do mercado. Deste modo, a Contabilidade deve ter como função principal nessa tarefa, a utilização de suas ferramentas para gerar informações aos

gestores para que estes possam tomar medidas ambientais responsáveis nas operacionalizações das empresas.

Segundo Rebollo (2001B, p. 4) “Mudanças de fatores externos à organização implicam alterações no ambiente interno das mesmas”. Portanto, as empresas precisam se readequar às regras impostas pela sociedade que está cada vez mais exigente no que tange à responsabilidade sócio-ambiental das empresas.

Nesse sentido, esta pesquisa se justifica por poder contribuir para o enriquecimento deste tema tão importante nos dias atuais. Procura-se, assim, colocar a Contabilidade como uma aliada na gestão ambiental das empresas, através da criação de planos de gestão ambiental, elaborados pela ciência contábil.

1.4 METODOLOGIA

De acordo com Longaray e Beuren (2003), a monografia é um documento que deve apresentar uma contribuição científica e que necessita de uma ordenação sistemática para uma melhor compreensão acerca de um ou mais assuntos, dentro de um determinado tema da área da ciência.

A tipologia deste trabalho, quanto aos objetivos, é descritiva. De acordo com Gil (1999, *apud* RAUPP, BEUREN, 2003, p. 81), a pesquisa descritiva tem como características a “[...] utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados”. A coleta de dados do presente trabalho utilizou a lista de verificação do Sistema Contábil Gerencial Ambiental (SICOGEA).

Ainda acerca da pesquisa descritiva, Andrade (2002, RAUPP, BEUREN, 2003, p. 81) explica que a “[...] pesquisa descritiva preocupa-se em observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, e o pesquisador não interfere neles. Assim, os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não manipulados pelo pesquisador”.

Já quanto aos procedimentos de pesquisa, este trabalho será um estudo de caso. De acordo com Bruyne, Herman e Schoutheete (1977, RAUPP, BEUREN, 2003, p. 84),

[...] o estudo de caso justifica sua importância por reunir informações numerosas e detalhadas com vista em apreender a totalidade de uma situação. A riqueza das informações detalhadas auxilia num maior conhecimento e numa possível resolução de problemas relacionados ao assunto estudado.

Para Gil (1999, p. 73, RAUPP, BEUREN, 2003, p. 84), "[...] o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir conhecimentos amplos e detalhados do mesmo [...]".

Quanto à abordagem do problema, este trabalho é uma pesquisa qualitativa e quantitativa. Na pesquisa qualitativa tem-se por objetivo "descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais" (RICHARDSON, 1999, p. 80 *apud* RAUPP, BEUREN, 2003, p. 91).

Na pesquisa qualitativa tem-se por objetivo, então, analisar mais profundamente as variáveis do que está sendo estudado, o que, por meio de um estudo quantitativo, seria insuficiente destacar.

Já na pesquisa quantitativa o uso de métodos e instrumentos estatísticos para a coleta e o tratamento de dados. (RICHARDSON, 1999, p. 80 *apud* RAUPP, BEUREN, 2003)

1.4.1 Trajetória Metodológica

A trajetória metodológica divide-se em três fases.

A primeira fase trata da revisão teórica na qual são abordados os temas: meio ambiente e impacto ambiental, gestão ambiental, auditoria ambiental, controladoria ambiental, *benchmarking* ambiental, contabilidade ambiental e suas especificações, sistemas de gestão ambiental e a contextualização dos supermercados no Brasil.

A segunda fase inclui o estudo de caso, fazendo-se primeiramente um breve histórico da empresa pesquisada, através da realização de uma entrevista semi-estruturada com Márcia Bonett, assessora de *marketing* do supermercado, para verificar as ações ambientais aplicadas na empresa. (Apêndice A). Após, faz-se uma análise da lista de verificação inicial (Anexo A) que pertence à tese de doutorado da professora Elisete Dahmer Pfitscher. Em seguida, realiza-se a

aplicação da lista de verificação devidamente adaptada à empresa (Apêndice B). No final desta fase, verificam-se as questões A (adequadas), D (deficitárias) e NA (não se adapta) (Apêndice C).

Como terceira e última fase, apresentam-se os resultados e propõe-se um plano resumido de gestão ambiental para o supermercado estudado, no qual são apontados os critérios deficitários com ênfase para um processo de melhoria contínua da empresa estudada.

1.5 DELIMITAÇÃO DO TEMA

A delimitação se torna uma parte importante do estudo, pois aloca adequadamente este trabalho em uma referência para futuras análises e comparações.

A delimitação se faz, então, em função do assunto a ser estudado.

Esta pesquisa estuda como as empresas podem utilizar a contabilidade ambiental com o propósito de otimizar a sua política ambiental visando à sustentabilidade do negócio.

Assim, este trabalho tem como temática a sustentabilidade ambiental das empresas, através dos impactos causados por estas ao meio ambiente.

1.6 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

O estudo limita-se a aplicar um questionário no supermercado estudado, através do SICOGEA, e, com os resultados, a formação de uma análise técnica sobre a sustentabilidade da empresa em estudo. Após a análise, formula-se um Plano Resumido de Gestão Ambiental através da ferramenta 5W2H², explicada posteriormente na fundamentação teórica.

Neste sentido, o trabalho limita-se a este tipo de empresa e ao conhecimento dos entrevistados, bem como do pesquisador. O trabalho fica limitado também às perguntas da lista de verificação que são respondidas pelas entrevistadas, excluídas aquelas em que o supermercado em questão as considere confidenciais.

² *What? Why? When? Where? Who? How? How much?*

1.7 ESTRUTURA E DESCRIÇÃO DOS CAPÍTULOS

O trabalho está dividido em quatro capítulos.

O primeiro capítulo é intitulado “Introdução” e traz a abordagem do tema e problema do presente estudo. O capítulo apresenta também os objetivos gerais e específicos, justificativas do estudo, metodologia de pesquisa e trajetória metodológica, limitações da pesquisa e a demonstração da estruturação e descrição dos capítulos.

O capítulo dois é intitulado “Fundamentação Teórica” e compreende a base teórica para a realização do trabalho. Esta, por sua vez, traz conceitos teóricos encontrados em livros e artigos por meios eletrônicos ou impressos.

O capítulo três, intitulado “Estudo de Caso” compõe o desenvolvimento da análise de sustentabilidade no supermercado estudado, com a análise global e análises por critérios separadas em subtítulos. Classificam-se, ainda, os critérios prioritários para a elaboração do plano resumido de gestão ambiental

O último capítulo é intitulado “Conclusões e Sugestões para Futuros Trabalhos” e apresenta as considerações do pesquisador, as conclusões da pesquisa quanto à problemática e aos objetivos, as considerações finais, e as sugestões para futuros trabalhos, seguidos das referências, apêndices e anexos do trabalho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

“A formação de conceitos é de rara importância para a evolução dos pensamentos e da linguagem, em qualquer ramo de conhecimento.”
(Lopes de Sá)

Referindo-se à questão ambiental, Valle (2000, p. 1, *apud* ROSSONI; SILVA, 2005, p. 20) aponta que,

Nenhum outro tema de interesse global, com exceção talvez da informática, requereu, em tão curto espaço de tempo, a formulação de tantos novos conceitos e criação de novas expressões e palavras, para poder ser entendido, debatido e aplicado por um número tão grande de interessados – todos os seres humanos.

Neste capítulo, tem-se por finalidade apresentar conceituações teóricas acerca de temas relacionados ao estudo proposto. Serão utilizadas referências publicadas em livros, artigos, trabalhos de conclusão de curso e documentos eletrônicos.

Inicialmente, o trabalho expõe alguns conceitos de meio ambiente. A seguir, é feita uma reflexão teórica sobre meio ambiente e impacto ambiental, gestão ambiental, auditoria ambiental, controladoria ambiental e *benchmarking* ambiental.

Na seqüência, uma ênfase maior é dada à Contabilidade Ambiental, que está subdividida em Ativo Ambiental, Passivo Ambiental, Custo Ambiental, Despesa Ambiental e Receita Ambiental.

Após, este capítulo discorre brevemente sobre dois Sistemas de Gestão Ambiental, a saber: o GAIA³ e o SICOGEA.

Por fim, dá-se um panorama no setor de supermercados brasileiro, expondo um pouco do seu histórico e de suas características.

³ Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais

2.1 MEIO AMBIENTE E IMPACTO AMBIENTAL

Tinoco e Kraemer (2004, p. 34) definem o meio ambiente como “o conjunto de elementos bióticos (organismos vivos) e abióticos (energia solar, solo, água e ar) que integram a camada da Terra chamada biosfera, sustentáculo e lar dos seres vivos”.

Segundo o Relatório Final sobre Gestão de Resíduos Sólidos em Portos, Aeroportos e Fronteiras (ANVISA⁴, 2002, p. 62), meio ambiente são as:

[...] condições, influências ou forças que envolvem e influem ou modificam o complexo de fatores climáticos, edáficos e bióticos que atuam sobre um organismo vivo ou uma comunidade ecológica e acaba por determinar sua forma e sua sobrevivência; a agregação das condições sociais e culturais (costumes leis, idioma, religião e organização política e econômica) que influenciam a vida de um indivíduo ou de uma comunidade.

A ANVISA considera então como meio ambiente as forças que interferem na forma de sobrevivência de um organismo vivo ou uma comunidade ecológica.

Já de acordo com a Lei nº 6.938/81, que dispõe sobre Política Nacional do Meio Ambiente, o meio ambiente é “[...] o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas”.

A Lei nº 134/85, que dispõe sobre a prevenção da Poluição do Meio Ambiente no Estado do Rio de Janeiro, cita em seu Artigo 1º, parágrafo único, que “consideram-se como meio ambiente todas as águas interiores ou costeiras, superficiais ou subterrâneas, o ar e o solo”.

Quando o ser humano começa a interagir com o meio ambiente, ele causa modificações que podem ser benéficas ou malélicas, como quando do plantio de árvores para recuperações florestais, ou uso de águas fluviais nos processos produtivos de indústrias e o seu despejo sem qualquer tratamento adequado nos rios, respectivamente.

O CONAMA⁵, através da Resolução 001/86, de 23.01.1986, define essas interações com o meio ambiente como impacto ambiental, conceituado em seu Artigo 1º como:

⁴ Agência Nacional de Vigilância Sanitária

[...] qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que, direta ou indiretamente, afetam:

- I - a saúde, a segurança e o bem-estar da população;
- II - as atividades sociais e econômicas;
- III - à biota;
- IV - as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente;
- V - a qualidade dos recursos ambientais.

O CONAMA, com o Artigo 1º, elenca os aspectos ambientais e como eles afetam direta ou indiretamente o meio ambiente.

De acordo com a NRB ISO⁶ 14001, de 1996 (*apud* VEGINI, 2007, p. 20), “impacto ambiental é qualquer alteração benéfica ou adversa causada pelas atividades, serviços e/ou produtos de uma organização”.

Para a NRB ISO 14001 a definição de impacto ambiental é mais sucinta, sendo considerado, então, como qualquer tipo de alteração no meio ambiente resultante das atividades ou produtos de uma organização.

2.2 GESTÃO AMBIENTAL

Atualmente tem-se discutido bastante acerca da forma de como as empresas estão operacionalizando suas atividades com relação à proteção ambiental. Em seu funcionamento, as organizações podem utilizar recursos naturais, gerar resíduos, produzir ruídos e outras formas de poluição. Essas formas de aspecto ambiental começam a ser vistas pela empresa com uma maior importância tendo em vista a pressão exercida pela sociedade em geral.

O Prof. Ricardo Neder (FGV/SP⁷), em uma entrevista, afirma que as empresas que não praticarem a Gestão Ambiental em todos os níveis da organização estão sujeitas a desaparecer do mercado nos próximos anos. (FERREIRA, 2006, p. 31).

⁵ Conselho Nacional do Meio Ambiente

⁶ Norma da *International Organization for Standardization*

Tachizawa (2004, p. 24) confirma a idéia acima ao escrever que “o quanto antes as organizações começarem a enxergar o meio ambiente como seu principal desafio e como oportunidade competitiva, maior será a chance de que sobrevivam”. Tachizawa (2004, p. 24) ainda discorre que “[...] a gestão ambiental é a resposta natural das empresas ao novo cliente, o consumidor verde e ecologicamente correto.”

As organizações, diante disto, começam a incorporar nos seus planejamentos estratégicos a Gestão Ambiental como forma de mitigar os impactos ambientais na natureza por elas produzidos.

De acordo com Antonius (1999, *apud* TINOCO; KRAEMER, 2004, p. 109),

“o gerenciamento ambiental pode ser conceituado como a integração de sistemas e programas organizacionais que permitam:

- controle e redução dos impactos no meio ambiente, devido às operações ou produtos;
- cumprimento de leis e normas ambientais;
- desenvolvimento e uso de tecnologias apropriadas para minimizar ou eliminar resíduos industriais;
- monitoramento e avaliação dos processos e parâmetros ambientais;
- eliminação ou redução dos riscos ao meio ambiente e ao homem;
- utilização de tecnologias limpas (*clean technologies*), visando minimizar os gastos de energia e materiais;
- melhoria do relacionamento entre a comunidade e o governo;
- antecipação de questões ambientais que possam causar problemas ao meio ambiente e, particularmente, à saúde humana.”

Para Juchem (1995, p.34, *apud* GOULART, 2001, p. 8), a Gestão Ambiental tem como finalidade garantir um uso racional de matérias-primas e insumos, demonstrando aos consumidores que a gestão ambiental consciente da empresa está presente nos seus processos produtivos e nos seus bens e serviços. Acrescenta ainda que a Gestão Ambiental deve gerar campanhas em prol da conservação e preservação do meio ambiente, dando credibilidade aos acionistas, fornecedores e consumidores que estão integrados ao ciclo da empresa.

O processo de gestão ambiental, de acordo com Ferreira (2006, p. 33),

⁷ Fundação Getúlio Vargas

[...] leva em consideração todas aquelas variáveis de um processo de gestão, tais como o estabelecimento de políticas, planejamento, um plano de ação, alocação de recursos, determinação de responsabilidades, decisão, coordenação, controle, entre outros, visando principalmente ao desenvolvimento sustentável.

Ferreira (2006) elucida então que o processo de gestão ambiental é um processo adaptado ao processo de gestão normal, com todos seus integrantes visando o desenvolvimento sustentável.

Tinoco e Kraemer (2004, p. 109) teorizam sobre a gestão ambiental como um

[...] sistema que inclui a estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidade, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental.

Tinoco e Kraemer (2004) concluem que a gestão ambiental é um processo com suas metodologias voltadas a atender a política ambiental da organização.

O Quadro 2.1 demonstra os benefícios da gestão ambiental, que são divididos em dois grupos: benefícios econômicos e benefícios estratégicos.

Benefícios Econômicos	Economia de Custos
	Incremento de Receitas
Benefícios Estratégicos	Melhoria da imagem institucional
	Renovação do portfólio de produtos
	Aumento da produtividade
	Alto comprometimento do pessoal
	Melhoria nas relações de trabalho
	Melhoria e criatividade para novos desafios
	Melhoria das relações com os órgãos governamentais, comunidade e grupo ambientalistas
	Acesso mais rápido ao mercado externo
Melhor adequação aos padrões ambientais	

Quadro 2.1: Benefícios da gestão ambiental

Fonte: Donaire (1999, p.59 *apud* QUEIROZ *et. al.*, 2007, p. 16)

Portanto, pode-se considerar que a gestão ambiental é uma estratégia corporativa preocupada com a variável ambiental e que traz benefícios tanto internos quanto externos.

Vale ressaltar, ainda, que os benefícios estratégicos tratam de indicadores internos e externos. Para os indicadores internos, destacam-se a renovação do portfólio de produtos, o aumento da produtividade, o alto comprometimento do pessoal e melhoria nas relações de trabalho. Já os benefícios vinculados aos indicadores externos são: melhoria da imagem institucional; melhoria e criatividade para novos desafios; melhoria nas relações com os órgãos governamentais, comunidade e grupos ambientalistas; acesso mais rápido ao mercado externo, e melhor adequação aos padrões ambientais.

2.3 AUDITORIA AMBIENTAL

De acordo com Gil (1992, *apud* NUNES, 2006, p. 38), a auditoria contábil “é uma prática para rever, avaliar e emitir opinião referente ao ciclo administrativo, em todas as áreas da entidade, quanto ao seu planejamento, execução e controle”.

Porém, a partir da auditoria contábil, é possível também a elaboração de uma auditoria ambiental. A auditoria ambiental é uma especialização da auditoria contábil tradicional que visa avaliar a gestão ambiental da organização.

O Quadro 2.2 faz um comparativo entre a Auditoria Contábil e a Auditoria Ambiental:

Auditoria	Contábil	Ambiental
Objetivos	Proteção aos acionistas, informando os procedimentos seguidos para as transações de negócios	Proteção à direção da empresa, aos acionistas e à sociedade, verificando o potencial de agressão ambiental ocasionado pelas atividades da empresa
Interessados	Diretoria da empresa	Diretoria da empresa
	Gerentes da empresa	Gerentes da empresa
	Acionistas	Acionistas
	Público em geral	Investidores
	Fornecedores	Comunidade adjacente
	Financiadores	Público em geral
		Setor público
		Clientes
		Usuários de recursos naturais
		ONG ⁸
	Financiadores	

Quadro 2.2: Auditorias contábil e ambiental

Fonte: Adaptado de Barata (1995 *apud* SCHENINI *et. al.*, 2005, p. 129)

Para Martins e De Luca (1994, p. 28, *apud* CHEQUETTO, 2004, p. 22):

[...] trata-se de um procedimento de investigação, mediante os quais os projetos ambientais da empresa são avaliados diante de padrões estabelecidos por lei ou por metas previamente adotadas para a melhoria de seu desempenho.

Martins e De Luca (1994, p. 28, *apud* CHEQUETTO, 2004, p. 22) classificam a auditoria ambiental então como uma verificação das ações da empresa perante os padrões estabelecidos em lei ou pelo próprio plano de gestão ambiental da organização.

Segundo Juchem (1995, p. 47, *apud* GOULART, 2001, p. 9),

Auditoria ambiental é uma das maneiras para se analisar e avaliar a variável ambiental, a qual deve ser considerada um elemento fundamental nas atividades do dia-a-dia das empresas para que elas possam manter a continuidade dos negócios de uma forma ambientalmente compatível, pois se numa auditoria

⁸ Organização Não-Governamental

contábil-financeira procura-se saber como andam o patrimônio, as finanças e os lucros da empresa, na auditoria ambiental procura-se saber como anda a saúde ambiental, inclusive considerando-se o seu passivo ambiental.

Juchem considera a auditoria ambiental uma ferramenta importante e complementar à gestão ambiental, uma vez que a função da auditoria é avaliar e analisar a variável ambiental nas operações da empresa.

Afirma Kraemer (2000, p. 18) que a auditoria ambiental não deve se prender a avaliar apenas os itens relacionados ao meio ambiente nas demonstrações contábeis. Ela deve ser uma ferramenta para avaliar e controlar todas as ações relativas ao meio ambiente que a organização planeja e executa.

Tachizawa (2004, p. 141) enuncia que “O programa de auditoria na organização, inclusive o cronograma, deve basear-se na importância ambiental da atividade envolvida e nos resultados de auditorias anteriores”. Discorre, ainda, que a Auditoria Ambiental deve levar em consideração a frequência e as metodologias usadas na auditoria, com o intuito de se padronizar as auditorias para comparações futuras.

O processo de auditoria ambiental na empresa gera dispêndios e cabe à organização avaliar suas vantagens e desvantagens, de acordo com as suas variáveis. Estas variáveis vão desde disponibilidade de capital para a implementação do projeto de auditoria até a capacidade técnica dos auditores destinados a este serviço.

O Quadro 2.3 demonstra algumas das vantagens e desvantagens da utilização da auditoria ambiental:

Vantagens	Desvantagens
Identificação e registro das conformidades e das não-conformidades com a legislação, com regulamentações e normas e com a política ambiental da empresa (caso exista)	Necessidade de recursos adicionais para implementar o programa de auditoria ambiental
Prevenção de acidentes ambientais	Indicação de falsa sensação de segurança sobre os riscos ambientais, caso a auditoria seja conduzida de forma inexperiente ou incompleta
Construção de melhor imagem da empresa junto ao público, à comunidade e ao setor público	Possibilidade de que as indústrias sofram pressões de órgãos governamentais e de grupos ambientais para demonstrar os resultados da auditoria ambiental
Provisão de informação à alta administração da empresa, evitando-lhe surpresas	Seus resultados podem ser usados como informação para desinformar o público (segundo interesses da empresa)
Assessoramento aos gestores na implementação da qualidade ambiental na empresa, e alocação de recursos (financeiro, tecnológico, humano) destinados ao meio ambiente na empresa, segundo as necessidades de proteção do meio ambiente e as disponibilidades da empresa	Possibilidade de incorrer em dispêndio inesperado e expressivo de recursos para atender às não-conformidades detectadas na auditoria ambiental
Avaliação, controle e redução do impacto ambiental da atividade	Necessidade de fornecimento de informações ambientais consideradas confidenciais pela empresa em caso de sua responsabilização civil
Minimização dos resíduos gerados e dos recursos usados pela empresa	Influência negativa sobre o preço e a negociação, em caso de venda ou fusão da empresa
Promoção do processo de conscientização ambiental dos empregados	
Produção e organização de informações ambientais consistentes e atualizadas do desempenho ambiental da empresa, que podem ser acessadas por investidores e outras pessoas físicas ou jurídicas envolvidas nas operações de financiamento e/ou nas transações da unidade auditada	
Facilidade na comparação e intercâmbio de informações entre as unidades da empresa	
Proteção à empresa contra eventuais ações de responsabilidade civil	
Melhora da higiene e segurança do empregado	

Quadro 2.3: Vantagens e desvantagens da auditoria ambiental

Fonte: Adaptado de Rovere (2000) e Juchem (1995) (*apud* GOULART, 2001, p. 13)

O autor do presente trabalho, porém, discorda da última desvantagem apresentada no Quadro 2.3 elaborado por Goulart (2001), com referências de Rovere (2000) e Juchem (1995). Este acredita que a inclusão do processo de Auditoria Ambiental na organização agrega valor aos preços de negociação em caso de venda ou fusão da empresa, uma vez que a empresa ganha notoriedade perante a sociedade em geral, fornecedores, investidores, clientes e setores governamentais.

Ainda acerca da auditoria ambiental, Becke (2003, p.35, *apud* CHEQUETTO, 2004, p. 22) estabelece para ela uma tipificação. O Quadro 2.4 demonstra os diferentes tipos de Auditoria Ambiental.

Tipo de Auditoria Ambiental	O que avalia?
Auditoria de conformidade legal	Adequação à legislação
Auditoria de desempenho ambiental	Conformidade com a legislação, regulamentos e indicadores setoriais
Auditoria SGA ⁹	Cumprimento dos princípios SGA, adequação e eficácia do SGA
Auditoria de certificação	Conformidade com os princípios da norma certificadora
Auditoria de descomissionamento	Danos ao entorno pela desativação da unidade produtiva
Auditoria de sítios	Estágio de contaminação de um local
Auditoria pontual	Otimização dos recursos no processo produtivo
Auditoria de responsabilidade	O passivo ambiental da empresa

Quadro 2.4: Tipos de auditoria ambiental

Fonte: Becke (2003, p. 35, *apud* CHEQUETTO, 2004, p. 22)

Portanto, o processo de auditoria ambiental é a ação que controla e avalia as decisões de gestão ambiental da organização. A auditoria ambiental deve ser feita por um profissional

⁹ Sistema de Gestão Ambiental

especializado, visto que ela possui objetivos diferentes da auditoria contábil tradicional, ainda que aquela tenha se originado desta.

2.4 CONTROLADORIA AMBIENTAL

A função do setor de controladoria de uma organização é planejar, organizar, direcionar e mensurar as tomadas de decisões feitas pela gestão da empresa (BEUREN, 2002 *apud* GALLON *et. al.*, 2007). O Quadro 2.5 apresenta a descrição de cada função.

Função	Descrição
Planejamento	Gerenciar esta etapa do processo de gestão, determinando as atividades da empresa, de forma interativa, realizando reavaliação contínua dos recursos existentes.
Organização	Definir a estrutura administrativa, para implementar o planejamento. Compreende também a determinação de quem irá desempenhar as tarefas e assumir responsabilidades pelo seu desempenho. Enfim, "assegurar a qualidade do pessoal para que o planejado se concretize". (aspas do autor)
Direcionamento	Assegurar a atuação de forma sincronizada dos equipamentos e materiais necessários. "É fundamental a comunicação entre as etapas: Planejamento estratégico e operacional, plano orçamentário, etc.". (aspas do autor)
Mensuração	Desenvolver sistemas de mensuração, estabelecendo padrões com resultados previstos e realizados, como também interpretá-los em face dos padrões de toda a empresa.

Quadro 2.5: Descrição das funções do controller
 Fonte: Beuren (2002 *apud* GALLON *et. al.*, 2007, p. 5)

Ferreira (2002, p. 186 *apud* NUNES, 2006, p. 25) aponta que o papel da Controladoria Contábil é:

[...] disponibilizar ou possibilitar condições para que as informações possam estar à mão. Para que determinado programa ambiental seja implementado, é preciso definir de que forma um gestor poderá atuar e até que ponto poderá interferir em processos de responsabilidade de outras áreas.

Ferreira ainda enuncia que o foco da Controladoria Contábil é agir “*ex-ante*” e não “*pós-factum*” diante da Gestão Ambiental organizacional (2002, *apud* GALLON *et. al.*, 2007, p. 4). Assim, o *controller* deve atuar pró-ativamente a fim de assegurar o mínimo de dano que uma ação da empresa poderá causar.

2.5 BENCHMARKING AMBIENTAL

Para Costa (1999, p. 22, *apud* CARLINI JUNIOR; VITAL; 2004, p. 61),

Benchmarking é uma poderosa ferramenta de gestão empresarial, mundialmente difundida e utilizada para transformar as organizações e introduzir as mudanças necessárias à melhoria de seus processos, práticas e resultados.

De acordo com Sant’ana *et. al.* (2004) o *benchmarking* teve seu início no século XX com o método científico de Taylor, quando este estabeleceu a comparação de processos de trabalho.

A competitividade é uma das características de um segmento de mercado livre. Porém, dentro de um mesmo segmento de mercado, há várias organizações de diferentes portes e, por conseqüência, empresas líderes dentro do seu ramo de atividade.

O *benchmarking* é uma ferramenta organizacional que consiste na avaliação das melhores empresas concorrentes ou empresas líderes de outro mercado com o intuito de se aprender novas técnicas de gestão. Após a observação é feito um *feedback* para se planejar e colocar em ação as técnicas que a organização achar mais oportunas.

Esta comparação permite à empresa conhecer seus pontos fortes e fracos em relação aos seus concorrentes. A utilização do *benchmarking* não só é recomendável para as empresas que buscam a liderança através da melhoria de seus processos como também para as líderes, que precisam manter-se atentas à evolução dos seus concorrentes.

De acordo com Balm (1995, p. 34, *apud* CARLINI JUNIOR; VITAL; 2004, p. 61), “*Benchmarking* é o processo contínuo de medirmos os produtos, serviços e práticas com os mais fortes concorrentes ou com as companhias reconhecidas como líderes da Indústria.”

Boxwell (1996, *apud* FERRAZ FILHO; MORAES FILHO, 2004, p. 337) analisa que o

Benchmarking é um processo sistemático e contínuo de avaliação de produtos, serviços e processos de trabalho de organizações que são reconhecidas como representantes das melhores práticas, com a finalidade de introduzir melhorias na organização.

A partir destes conceitos, surge nas empresas o *Benchmarking* Ambiental.

O *Benchmarking* Ambiental é a adaptação do *benchmarking* empresarial original adequado à gestão ambiental da organização.

Segundo Pfitscher (2004, p. 50), o *benchmarking* ambiental reduz os custos da empresa tornando-a, assim, mais competitiva no mercado através de ações ambientalmente corretas.

Além da redução de custos e maior competitividade, Lavorato (2007) aponta outras vantagens da empresa ao adotar o *benchmarking* ambiental:

- o auto-conhecimento empresarial numa comparação real com o mercado;
- a construção de um conhecimento empresarial coletivo no momento da geração e compartilhamento de informações;
- a criação e aperfeiçoamento de novas práticas de excelência por meio da inovação e criatividade;
- rapidez e resultados comprovados por uma metodologia de aprendizado que queima etapas e atinge metas;
- e, por fim, um saudável exercício empresarial que troca, soma, reconhece, gera vínculos e integra setores e, principalmente, cria o hábito das relações.

2.6 CONTABILIDADE AMBIENTAL

Segundo D'Auria (1957, *apud* GOULART, 2001), a contabilidade pode ser entendida como a ciência que pode revelar o resultado e a situação econômico-financeira de uma entidade, através da evidenciação, controle e registro dos atos e fatos econômicos da organização.

Neste sentido, a contabilidade, como ciência social que é (CFC¹⁰ n° 774/94), deve também entrar na discussão acerca das práticas de Gestão Ambiental.

Para Kraemer (2007, p. 15),

A contabilidade ambiental é a contabilização dos benefícios e prejuízos que o desenvolvimento de um produto, ou serviço, pode trazer ao meio ambiente. É um conjunto de ações planejadas para desenvolver um projeto, levando em conta a preocupação com o meio ambiente.

A contabilidade ambiental consegue beneficiar tanto a própria organização quanto à sociedade. De acordo com Tinoco e Kraemer (2004, p. 154), são benefícios potenciais para a organização:

- identificação, estimação, alocação, administração e redução dos custos, particularmente os tipos ambientais de custos;
- controle de uso e fluxo da energia e dos materiais;
- captação de informações mais exatas e detalhadas para suportar o estabelecimento e a participação em programas voluntários;
- captação de informações mais exatas e detalhadas da mensuração e da elaboração do relatório de desempenho ambiental.
-

Já os benefícios potenciais para a sociedade, segundo Tinoco e Kraemer (2004, p. 154), são:

- uso eficiente de recursos naturais;
- redução dos custos externos relacionados à poluição da indústria, tais como os da monitoração ambiental;

¹⁰ Conselho Federal de Contabilidade

- fornece informações para a tomada de decisão, melhorando a política pública;
- fornece informação ambiental industrial do desempenho, que pode ser usada no contexto mais extenso das avaliações do desempenho e de condições ambientais nas economias e em regiões geográficas.

Portando, como enuncia Vegini (2007), a contabilidade ambiental tem capacidade para analisar os impactos ambientais, demonstrando quais os benefícios e os malefícios que as ações da empresa estão causando ao meio ambiente.

O EPA¹¹ (2002, *apud* TINOCO; KRAEMER, 2004) classifica a contabilidade ambiental em **contabilidade nacional, contabilidade financeira e contabilidade gerencial ou de custos**, conforme o Quadro 2.6.

Tipos de Contabilidade Ambiental	Enfoque	Dirigido ao usuário
Contabilidade Nacional	Macroeconômico, Economia Nacional	Externo
Contabilidade Financeira	A empresa	Externo
Contabilidade Gerencial ou de Custos	A empresa, departamentos, linha de produção, etc.	Interno

Quadro 2.6: Tipos e enfoque da contabilidade ambiental

Fonte: <http://es.inel.gov/partners/acctg/acctg.htm> (*apud* TINOCO; KRAEMER, 2004, p. 150)

A contabilidade ambiental nacional “pode considerar unidades físicas ou monetárias de acordo com o consumo de recursos naturais da nação, sejam eles renováveis ou não renováveis” (TINOCO; KRAEMER, 2004, p. 150). Ou seja, a contabilidade ambiental nacional visa ao controle físico ou monetário do patrimônio ambiental da nação.

Já a contabilidade ambiental financeira “objetiva a mensuração, a avaliação e a informação das responsabilidades ambientais do ponto de vista financeiro e sua divulgação aos *stakeholders*” (TINOCO; KRAEMER, 2004, p. 150). Portanto, a contabilidade ambiental

¹¹ *Environmental Protection Agency*

financeira visa à divulgação para os *stakeholders* como a empresa controla seu patrimônio ambiental.

A contabilidade ambiental gerencial ou de custos “tem por objeto o processo de identificação, compilação e análise de informação, principalmente para fins internos, gerenciais” (TINOCO; KRAEMER, 2004, p. 150). Portanto, a contabilidade ambiental gerencial ou de custos fornece informações de cunho gerencial para a empresa e seus departamentos para a otimização das operações da empresa com vistas à sua gestão ambiental.

Para Gray (1993, *apud* FERREIRA, 2006), a contabilidade ambiental deve buscar se aprimorar e se preparar para a contabilidade para passivos e riscos contingentes, para reavaliações de ativos e projeções de capital, análise de custos em áreas-chaves, métodos de investimentos ambientais, novos sistemas de informações contábeis ambientais, avaliações de custos e benefícios em programas de melhorias ambientais e o desenvolvimento de técnicas contábeis que expressem ativos, passivos e custos em termos ecológicos e não financeiros.

Com isso, a contabilidade precisa então aprofundar-se e aprimorar-se no estudo da contabilidade ambiental. São necessárias novas especializações a partir da contabilidade tradicional, como o conceito de ativo ambiental, passivo ambiental, custos e despesas ambientais e receita ambiental, por exemplo.

2.6.1 Ativo Ambiental

Para Hendriksen e Breda (1999, p. 283), de acordo com o exposto pelo FASB¹² (1976), ativos são os “benefícios econômicos futuros prováveis, obtidos ou controlados por uma dada entidade em consequência de transações ou eventos passados”.

Os Ativos Ambientais, por sua vez, são os ativos que a organização possui (bens e direitos ambientais) que têm como finalidade o controle, a preservação e a recuperação do meio ambiente (TINOCO; KRAEMER; 2004).

Segundo Pfitscher (2004, p. 40),

¹² *Financial Accounting Standards Board*

Os ativos da empresa entendidos como bens e direitos, no caso de ambientais, são valores que visam permitir ao usuário uma informação e uma avaliação das ações ambientais. Considera-se, portanto todos aqueles que possuem como objetivo principal a proteção e preservação do meio ambiente.

De acordo com Santos *et. al.* (2001), os ativos ambientais ainda podem ser classificados em **capital circulante** e **capital fixo**.

São ativos ambientais de capital circulante “[...] o montante aplicado para a realização da atividade econômica da empresa, sendo composto pelas disponibilidades e pelos ativos realizáveis a curto e longo prazo” (SANTOS *et. al.*, 2001, p.5).

Já os ativos ambientais de capital fixo são caracterizados por investimentos em empresas ecologicamente responsáveis, imobilizados destinados ao gerenciamento ambiental da organização e diferidos, como gastos de implantação de sistemas de gestão ambiental (SANTOS *et. al.*, 2001, p.5).

Como os ativos dependerão da sua finalidade para ser considerados ambientais ou não, a caracterização de um ativo ambiental varia de organização para organização.

2.6.2 Passivo Ambiental

Para Hendriksen e Breda (1999, p. 283), de acordo com o exposto pelo FASB (1976), passivos são:

[...] sacrifícios futuros prováveis de benefícios econômicos decorrentes de obrigações presentes em uma dada entidade, quanto à transferência de ativos ou prestação de serviços para outras entidades no futuro em consequência de transações e eventos passados.

A partir da definição de passivo contábil, surge a conceituação de passivo ambiental.

De acordo com Martins e De Luca (1994, p. 27 *apud* KRAEMER, 2000, p. 14), os passivos ambientais são “benefícios econômicos que serão sacrificados em função de obrigação contraída perante terceiros para preservação e proteção ao meio ambiente”.

O IBRACON¹³, através da NPA¹⁴ 11 – Balanço e Ecologia (1994, p. 2), define passivo ambiental como “toda agressão que praticou/pratica contra o meio ambiente e consiste no valor dos investimentos necessários para reabilitá-lo, bem como multas e indenizações em potencial”.

A obrigação decorrente dos passivos ambientais pode ser de três tipos (BERGAMINI JUNIOR, 1999, p. 6 *apud* CHEQUETTO, 2004, p. 37):

- legal ou implícita;
- construtiva; e
- justa ou eqüitativa.

Os passivos ambientais do tipo legal são aqueles decorrentes de obrigações legais por conta de um contrato, legislação ou outro instrumento de lei (TINOCO; KRAEMER, 2004).

Os passivos ambientais do tipo construtivo são aqueles decorrentes da vontade própria da empresa. Geralmente estão ligados a fatores externos, como reputação social ou exigência de acionistas (TINOCO; KRAEMER, 2004).

Por fim, os passivos ambientais justos ou eqüitativos são aqueles em que a empresa incorre o passivo como um fator ético e moral, independente de ganhos com a gestão ambiental da empresa (TINOCO; KRAEMER, 2004).

2.6.3 Custo Ambiental

De acordo com Martins (2003, p. 25), custo é todo “gasto relativo a um bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços”. Nota-se que Martins identifica o custo como um gasto.

¹³ Instituto dos Auditores Independentes do Brasil

¹⁴ Normas e Procedimento de Auditoria

Para o mesmo autor, “gasto” vem a ser um dispêndio para a entidade que é representado pela entrega ou promessa de entrega de ativos. Porém, o que irá diferenciar um “gasto” de um “custo” será a operacionalização do evento. O “custo” será reconhecido como tal apenas quando integrado aos fatores de produção de bens ou serviços.

Conforme Santos *et. al.* (2001, p. 7), os custos ambientais são gastos no gerenciamento ambiental tanto no processo produtivo quanto nas atividades ecológicas da empresa.

Para Ribeiro (1992, p. 80 *apud* SANTOS *et. al.*, 2001, p. 7),

O valor dos insumos, mão de obra, amortização de equipamentos e instalações do processo de preservação, proteção e recuperação do meio ambiente, bem como serviços externos e os gastos para realização de estudos técnicos sobre a metodologia e procedimentos adequados podem constituir-se em exemplos de custos e despesas ambientais.

Tinoco e Kraemer (2004, p. 169) classificam os custos ambientais em:

- custos externos; e
- custos internos.

Os custos ambientais externos são aqueles que provêm do resultado da produção ou existência da empresa. Dado sua externalidade, eles são de difícil mensuração (TINOCO; KRAEMER, 2004).

Para Motta (1990, p. 109, *apud* SILVEIRA, 1997, p. 15) “as externalidades surgem quando o consumo ou a produção de um bem gera efeitos adversos (ou benefícios) a outros consumidores e/ou firmas [...]”.

Já os custos ambientais internos são de fácil mensuração, pois estão diretamente ligados à empresa. Podem ser custos ambientais internos os custos com manutenção e prevenção de danos ambientais (TINOCO; KRAEMER, 2004).

Os mesmos autores ainda classificam os custos ambientais internos em custos ambientais diretos, custos ambientais indiretos, e custos ambientais contingentes ou custos ambientais intangíveis.

Custos diretos: podem ser apropriados para um produto, tipo de contaminação ou programa de prevenção de contaminação particular.

Custos indiretos: são os que não têm vínculo causal direto com o processo e a gestão ambiental, tais como treinamento ambiental, manutenção de registros e apresentação de relatórios. [...]

Custos contingentes ou custos intangíveis: são, de maneira geral, potenciais custos internos futuros, que podem impactar nas operações efetivas da empresa. Por exemplo, um custo de contingências pode vir na forma de compensação da qualidade do produto, como resultado de ações reguladoras que afetam as entradas de material, os métodos de produção ou as emissões permitidas. (grifo dos autores)

Os custos ambientais serão diretos quando característicos efetivamente da produção ou execução de um serviço. Os custos ambientais indiretos geralmente possuem características de prevenção e não possuem efetivamente relação com a produção ou execução de serviço. Por fim, os custos ambientais contingentes ou intangíveis possuem característica compensatória de um custo interno futuro.

2.6.4 Despesa Ambiental

De acordo com Martins (2003, p. 25), despesas “são bens ou serviços consumidos direta ou indiretamente para a obtenção de receitas”. Definição parecida com a de Martins é a de Hendriksen e Breda (1999, p. 32), ao afirmarem que as despesas “constituem o uso ou consumo de bens e serviços no processo de obtenção de receitas.

De acordo com o ICAC¹⁵ (2002, *apud* KRAEMER, 2005, p. 13):

[...] são despesas de natureza ambiental os ingressos derivados das atividades do meio ambiente realizadas ou que devam realizar-se para a gestão dos efeitos do meio ambiente das operações das entidades, assim como os derivados dos compromissos ambientais do sujeito contábil.

Os ingressos ao qual o ICAC se refere são as contabilizações das despesas feitas a débito na contabilidade.

¹⁵ Instituto de Contabilidade e Auditoria de Contas

Portanto, a despesa ambiental é o gasto relativo ao controle das atividades ambientais. Ela se diferencia do custo ambiental por não estar diretamente relacionada com a produção de bens ou serviços.

Para Horngren, Foster e Datar (1997, p. 36 *apud* PAIVA, 2003, p. 25), os gastos destinados a gerar as receitas podem ser classificados como ativados e não ativados.

Gastos ativados – primeiramente registrados como ativos. Parte-se do pressuposto de que estes gastos trarão benefícios futuros para a empresa. [...] Estes gastos são transferidos para a despesa à medida que seus benefícios ocorrem.

Gastos não ativados – são registrados como despesa do período no qual são incorridos. (grifo do pesquisador)

Os gastos ativados são aqueles registrados diretamente como ativos, com características de possíveis benefícios futuros à empresa. Os gastos não ativados são os gastos inscritos diretamente como despesa no período no qual são incorridos.

Tinoco e Kraemer (2004, p. 186) exemplificam alguns tipos de despesa ambiental, tais como o tratamento de resíduos e vertidos, gastos com descontaminação, restauração, depreciação de equipamentos e investigação e desenvolvimento de tecnologias mais limpas.

As despesas ambientais podem ser, de acordo com Tinoco e Kraemer (2004, p. 86), operacionais e não operacionais. As despesas ambientais serão operacionais quando ocorrerem dentro do processo de atividade principal da empresa. E entende-se por despesas ambientais não operacionais as despesas que não decorrem da atividade principal da empresa, como multas e compensações de terceiros.

2.6.5 Receita Ambiental

Para Stickey e Weil (2001, p. 318 *apud* SILVA *et. al.* 2007, p. 53) “[...] receitas, assim como despesas, resultam das atividades operacionais recorrentes da empresa”.

De acordo com Iudícibus (1993, p. 131), receita,

[...] é o valor monetário, em determinado período, da produção de bens e serviços da entidade, em sentido lato, para o mercado, no mesmo período, validando, mediata ou imediatamente pelo mercado, provocando acréscimos do patrimônio líquido e simultâneo acréscimo de ativo, sem necessariamente provocar, ao mesmo tempo, um decréscimo do ativo e do patrimônio líquido, caracterizado pela despesa.

Conforme afirmam Santos *et. al.* (2001) a Gestão Ambiental não deve ser implantada apenas para a maximização de receitas para a empresa. Ela deve ser encarada como uma política responsável acerca dos problemas ambientais que a empresa adota para operacionalizar a sua preocupação com o meio ambiente.

Porém, algumas empresas têm demonstrado que é possível obter receitas ambientais a partir da produção de bens e serviços.

Segundo Tinoco e Kraemer (2004, p. 187), as receitas ambientais podem decorrer de:

- prestação de serviços especializados em gestão ambiental;
- venda de produtos elaborados de sobras de insumos do processo produtivo;
- venda de produtos reciclados;
- receita de aproveitamento de gases e calor;
- redução do consumo de matérias-primas;
- redução do consumo de energia;
- redução do consumo de água;
- participação no faturamento total da empresa que se reconhece como sendo devida a sua atuação responsável com o meio ambiente.

Afirma Kraemer (2005), ainda, que podem ser consideradas como receita ambiental os ganhos de mercado que a organização conquista devido à sua política preservacionista, e à preferência dos seus produtos pelos consumidores.

2.7 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL

O gerenciamento ambiental de uma empresa será definitivamente posto em prática através de um estudo de planejamento e execução da gestão ambiental. A este estudo, dá-se o nome de Sistema de Gestão Ambiental.

Ainda que não seja obrigatório, muitas empresas estão sentindo a forte pressão dos consumidores, governo e demais interessados para a implementação de um Sistema de Gestão Ambiental.

A definição de Sistema de Gestão Ambiental para Tinoco e Kraemer (2004, p. 121) pode ser dada como:

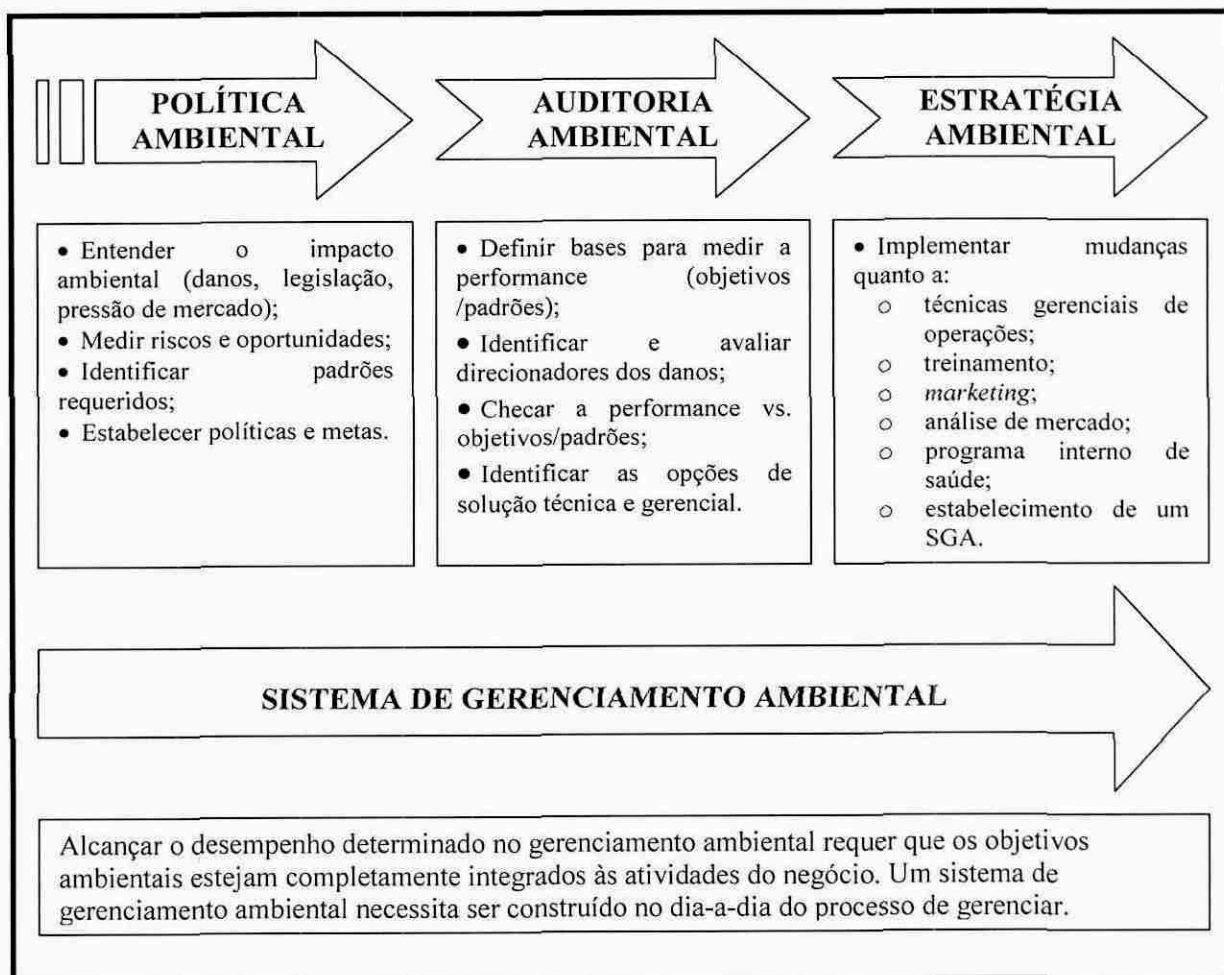
[...] um conjunto de procedimentos para gerir ou administrar uma organização, de forma a obter o melhor relacionamento com o meio ambiente. Consiste, essencialmente, no planejamento de suas atividades, visando à eliminação ou minimização dos impactos ao meio ambiente, por meio de ações preventivas ou medidas mitigadoras.

O Sistema de Gestão Ambiental, para Kraemer (2004), faz parte do sistema de gestão da organização, com suas etapas de planejamento, procedimentos e desenvolvimento, de acordo com a política ambiental da empresa.

Esta idéia é corroborada pela ABNT¹⁶ (1996, *apud* SCHENINI *et. al.*, 2005), através da NBR ISO 14000, que define o Sistema de Gestão Ambiental como parte integrante do Sistema de Gestão Global da empresa, incluindo toda a estrutura organizacional da empresa.

O Quadro 2.7 demonstra os processos do amadurecimento de um sistema de gestão ambiental.

¹⁶ Agência Brasileira de Normas Técnicas



Quadro 2.7: Desenvolvimento de um Sistema de Gestão Ambiental

Fonte: Gray (1993, p. 92 *apud* FERREIRA, 2006, p. 71)

Queiroz *et. al.* (2007, p. 19) incluem como vantagem do Sistema de Gestão Ambiental uma maior consistência nas políticas ambientais da empresa, através da “[...] alocação de recursos, definição de responsabilidades, avaliações correntes das práticas, procedimentos e processos”.

Para Araújo (2008) são também vantagens do Sistema de Gestão Ambiental o reconhecimento de mercado, a racionalização do uso dos recursos naturais, a otimização do controle de custos e a facilidade no processo de licenças ambientais.

Este trabalho tem como um dos seus objetivos a utilização do SICOGEA para a verificação da sustentabilidade ambiental de um empreendimento supermercadista. O SICOGEA

surge através das idéias iniciais do GAIA. No capítulo a seguir, serão apresentados estes dois métodos de sistema de gestão ambiental.

2.7.1 Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais

O Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais é um Sistema de Gestão Ambiental, fruto da tese de doutorado de Alexandre de Ávila Lerípio (2001).

Para o próprio Lerípio (2001, p. 79),

O GAIA é um conjunto de instrumentos e ferramentas gerenciais com foco no desempenho ambiental aplicável aos processos produtivos de uma dada organização, o qual procura integrar, através de etapas seqüenciais padronizadas, abordagens relativas à sensibilização das pessoas e à melhoria dos processos, utilizando para tal, princípios de seus fundamentos teórico-conceituais.

A proposta do GAIA, ainda segundo Lerípio (2001), é a de oferecer às organizações uma ferramenta para a melhoria da gestão ambiental empresarial.

O GAIA pode ser dividido em três fases, a saber: sensibilização, conscientização e capacitação. O Quadro 2.8 demonstra os objetivos, as atividades e os resultados esperados das três fases.

FASES	OBJETIVOS	ATIVIDADES	RESULTADOS ESPERADOS
SENSIBILIZAÇÃO	Proporcionar a adesão e o comprometimento da alta administração com a melhoria contínua do desempenho ambiental	Avaliação da sustentabilidade do negócio	Conhecimento do nível atual do desempenho ambiental da organização pela alta administração.
		Análise estratégica ambiental	Comparação do desempenho atual com aquele apresentado por filosofias defensivas, reativas, indiferentes e inovativas de gerenciamento.
		Comprometimento da alta administração	Definição da Missão, Visão, Política e Objetivos Organizacionais.
		Programa de sensibilização de partes interessadas	Sensibilização dos colaboradores, fornecedores, comunidade, órgãos ambientais, clientes.
CONSCIENTIZAÇÃO	Identificar a cadeia de produção e consumo e os principais aspectos ambientais, especialmente o processo produtivo da organização alvo.	Mapeamento da cadeia de produção e consumo	Identificação da cadeia de ciclo de vida do produto, desde a extração de matérias primas até a destinação final do produto pós-consumido.
		Mapeamento do macrofluxo do processo	Identificação das etapas do processo produtivo da organização alvo.
		Estudo de entradas e saídas dos processos	Identificação qualitativa das matérias primas, insumos utilizados, produtos, resíduos, efluentes e emissões de cada etapa do processo.
		Inventário de aspectos e impactos ambientais	Identificação dos principais aspectos e impactos ambientais do processo produtivo.
CAPACITAÇÃO	Capacitar os colaboradores a definir e implementar as melhorias no desempenho ambiental.	Identificação criativa de soluções	Propostas de soluções para os principais aspectos e impactos, utilizando <i>brainstorming</i> e teoria do alpinista.
		Estudo de viabilidade técnico-econômico e ambiental	Definir qual a solução mais viável sob pontos de vista técnicos, econômicos e ambientais.
		Planejamento	Definição de Objetivos e Metas, Planos de Ação e Indicadores de Desempenho (5W2H).

Quadro 2.8: Fases e Atividades do Método GAIA

Fonte: Lerípio (2001, p. 68)

Para avaliar a sustentabilidade ambiental da organização, é preenchida pela alta administração uma Lista de Verificação elaborada por Lerípio. A lista de verificação é composta por perguntas fechadas tendo como respostas possíveis “Sim” e “Não”. Há ainda uma terceira opção de resposta, a “NA” (não se aplica), quando a pergunta da lista de verificação não pode ser aplicada à organização estudada.

A lista de verificação é subdividida em critérios e sub-critérios, sendo assim possível uma análise pormenorizada dos diferentes critérios, para fazer-se em seguida, uma análise global da sustentabilidade da organização.

Quando as respostas indicam uma boa prática adotada pela empresa, esta recebe um ponto verde. Para as respostas que indicam uma oportunidade de melhora, a empresa recebe um ponto vermelho.

O cálculo da sustentabilidade é dado pela multiplicação dos pontos verdes por 100 (cem), dividido pelo número total de questões, diminuídas das perguntas em que não se aplica o questionário.

Após o cálculo, expresso em porcentagem, o resultado é comparado a uma tabela em que são mostradas as classificações da sustentabilidade da empresa. A sustentabilidade da empresa será “Crítica” quando o resultado da lista de verificação for inferior a 30%. Será “Péssima”, quando o resultado da lista de verificação for entre 30% e 50%. Será “Adequada”, quando o resultado da lista de verificação for entre 50% e 70%. Será “Boa” quando o resultado da lista de verificação for entre 70% e 90%, e será “Superior”, quando o resultado da lista de verificação for superior a 90%.

Segundo Vegini (2007), o GAIA não inclui na sua metodologia estudos econômicos e contábeis. Diante de tal característica, uma adaptação do GAIA foi feita pela professora Elisete Dahmer Pfitscher, surgindo assim o Sistema Contábil Gerencial Ambiental.

Esta seção do capítulo apresenta resumidamente o Método GAIA de Sustentabilidade Ambiental. Para um maior detalhamento a respeito do GAIA, recomenda-se a leitura completa da tese de doutorado do professor Alexandre de Ávila Lerípio, disponível na internet, referenciada devidamente na bibliografia do corrente trabalho.

2.7.2 Sistema Contábil Gerencial Ambiental

O Sistema Contábil Gerencial Ambiental é o resultado também de uma tese de Doutorado em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina pela professora Elisete Dahmer Pfitscher.

O SICOGEA é uma adaptação do GAIA com foco no envolvimento da Contabilidade e da Controladoria com vistas à Gestão Ambiental da empresa (Contabilidade Ambiental e Controladoria Ambiental).

A Controladoria Ambiental, segundo Pfitscher (2004), possui a função de nortear os administradores das organizações a respeito das formas de atuação no meio ambiente, no intuito de preservar a continuidade da empresa e produzir uma satisfação ambiental elevada, mantendo-se, assim, competitiva no mercado.

O SICOGEA, inicialmente, foi feito para ser aplicado em empresas rurais produtoras de arroz. Porém, devido à alta flexibilidade da lista de verificação, foi possível a sua adaptação para diferentes tipos de negócios. Já foram realizados estudos utilizando o SICOGEA em uma empresa de compressores (CHEQUETTO, 2004), em uma empresa do ramo hoteleiro (MÜLLER, 2006), em hospitais (NUNES, 2006; VEGINI, 2007), condomínio residencial (ARAÚJO, 2008), em uma instituição de ensino (KREMER, 2008), em uma empresa do ramo cerâmico (FURTADO, 2008) e em um supermercado (SILVA, 2008), entre outros.

Pfitscher (2004) desenvolveu o SICOGEA com três etapas. O Quadro 2.9 apresenta a descrição de cada etapa.

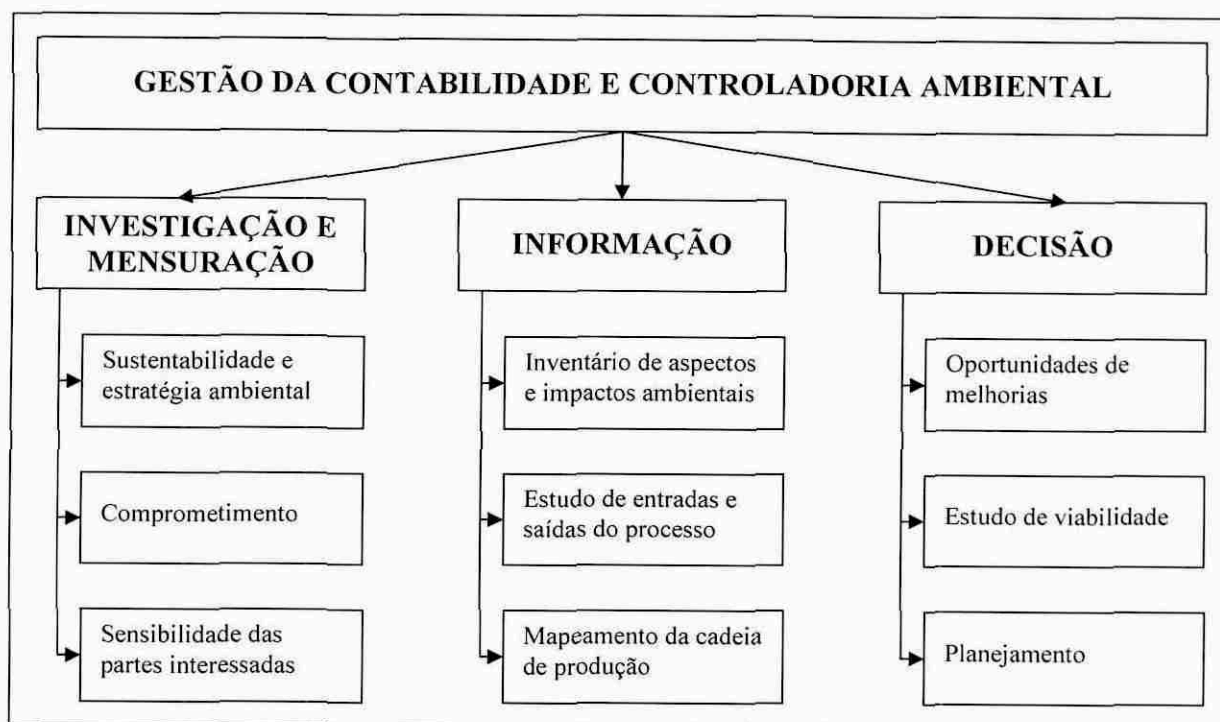
Etapas da Proposta	Descrição
Integração da cadeia produtiva	Envolvimento da cadeia produtiva. Alinhamento da cadeia de suprimentos envolvendo a identificação das necessidades dos clientes e fornecedores. Pode também ser considerado o <i>input</i> para o processo de gestão ambiental, ou seja, verificar as degradações causadas em cada atividade e sua formatação como um evento econômico.
Gestão do controle ecológico	Implementação da gestão ecológica e dos processos para a certificação e envidar esforços no sentido de reduzir ou eliminar impactos ambientais.
Gestão da contabilidade e controladoria ambiental	Avaliação dos efeitos ambientais capazes de relacionar aspectos operacionais, econômicos e financeiros da gestão (investigação e mensuração); avaliação dos setores da empresa (informação) e implementação de novas alternativas para continuidade do processo (decisão).

Quadro 2.9: Etapas da proposta de modelo do SICOGEA.

Fonte: Ferreira (2002, *apud* PFITSCHER, 2004, p. 103)

A primeira etapa, a “integração da cadeia produtiva”, procura identificar em cada atividade da empresa os danos causados ao meio ambiente. Na segunda etapa, a “gestão do controle ecológico” visa mitigar os danos causados ao meio ambiente nos setores apontados quando da primeira etapa do sistema de gestão ambiental. Na terceira e última etapa, a “gestão da contabilidade e controladoria ambiental” mensura os fatos operacionais, econômicos e financeiros do SGA, avaliando seus setores com o aporte da controladoria ambiental, a fim de se assegurar a continuidade do processo de gestão ambiental.

O presente trabalho aplicará na organização estudada apenas a primeira fase da terceira etapa do SICOGEA. O Quadro 2.10 mostra a estrutura da etapa e fase a ser realizada.



Quadro 2.10: Estrutura da terceira etapa do SICOGEA.

Fonte: Adaptado de Pfitscher (2004, p. 119)

A primeira fase do SICOGEA está na identificação e mensuração da gestão da contabilidade e controladoria ambiental. Ela integra “sustentabilidade e estratégia da empresa”, o “comprometimento” da organização e a “sensibilização das partes interessadas”.

A primeira ação da primeira fase da terceira etapa do SICOGEA é a “Investigação e mensuração”. Esta parte da primeira fase consiste na aplicação da “lista de verificação” com metodologia um pouco diferente daquela apresentada no GAIA. No SICOGEA, na lista de verificação, as respostas que indicam uma boa prática adotada pela empresa são classificadas como “Adequado”, ao passo que, para as respostas que indicam uma necessidade de melhoria, o quesito de verificação é classificado como “Deficitário”. As questões que não se aplicam à empresa estudada recebem a qualificação de “Não se aplica”.

O cálculo da sustentabilidade é dado pela multiplicação dos quesitos “Adequado” por 100 (cem), e dividido pelo número total de questões, diminuído das perguntas em que não se aplica o questionário.

A lista de verificação será composta por perguntas fechadas tendo como respostas apenas “Sim”, “Não” e “Não se aplica”. A lista conterà seis critérios, sendo eles:

- Fornecedores,
- Colaboradores,
- Responsabilidade Sócio-Ambiental,
- Disponibilidade de Capital,
- Contabilidade e Auditoria Ambiental, e
- Execução do Serviço.

Assim como no GAIA, após o cálculo da sustentabilidade, o resultado é comparado a uma tabela em que são mostradas as classificações da sustentabilidade da empresa.

A sustentabilidade da empresa será “Deficitária” quando o resultado da lista de verificação for inferior a 50%. Será “Regular”, quando o resultado da lista de verificação for entre 51% e 70%. Será “Adequada”, quando o resultado da lista de verificação for superior a 71%.

Porém, esta classificação é confusa quando os resultados de sustentabilidade forem entre os intervalos de 50% e 51%, e entre 70% e 71%. Portanto, para efeitos deste estudo, adota-se a classificação de acordo com o Quadro 2.11.

Resultado	Sustentabilidade	Desempenho
Inferior a 50%	Deficitária	Fraco; prováveis danos ao meio ambiente.
Entre 50,01% e 70%	Regular	Médio; atendimento apenas a legislações afins.
Superior a 70,01%	Adequada	Alto; valorização ambiental com produção ecológica e prevenção da poluição.

Quadro 2.11: Avaliação da sustentabilidade e desempenho ambiental.

Fonte: Adaptado de Lerípio (2001) e Miranda e Silva (2002) (*apud* PFITSCHER, 2004)

A segunda ação da primeira fase da terceira etapa analisa o comprometimento dos empresários e colaboradores com a obtenção dos resultados. De acordo com Müller (2006, p. 32),

ela busca o “estabelecimento ou aperfeiçoamento de sua Missão, de sua Visão, de sua política e de seus objetivos almejados com a implantação do SICOGEA”.

A terceira e última ação da primeira fase da terceira etapa verifica a sensibilização das partes interessadas, em que se busca um agrupamento de responsabilidades, a fim de se obter uma melhoria no desempenho ambiental da empresa, com a participação de agentes externos a ela, como ONG's, representantes governamentais, comunidade científica, setor empresarial e sociedade civil em geral (PORTER, 1990, *apud* PFITSCHER, 2004).

Esta seção do capítulo apresenta, resumidamente, o Método SICOGEA de Sustentabilidade Ambiental, especificamente a primeira fase da terceira etapa. Para um maior detalhamento a respeito do SICOGEA, recomenda-se a leitura completa da tese de doutorado da professora Elisete Dahmer Pfitscher, disponível na *internet*, referenciada devidamente na bibliografia do corrente trabalho.

2.8 CONTEXTUALIZAÇÃO DOS SUPERMERCADOS NO BRASIL

Os supermercados são uma forma de venda do setor varejista. Stanton (1980, p. 424 *apud* ROSSONI, 2002, p. 71) define o varejo como um estabelecimento que “compreende todas as atividades relacionadas à venda de mercadorias ou serviços ao consumidor final para uso pessoal, não com fins comerciais”. Já para Levi e Weitz (2000, p. 27 *apud* ROSSONI, 2002, p. 71), o varejo é “um conjunto de atividades de negócios que adiciona valor a produtos e serviços vendidos a consumidores para seu uso pessoal e familiar”. Pode-se concluir então que o varejo é uma forma de comércio que tem como objetivo a venda de produtos ou serviços para uso final.

Os supermercados brasileiros estão efetivamente presentes na vida dos brasileiros. Com uma variedade grande de oferta de produtos, estes estabelecimentos são caracterizados pelo fácil acesso aos produtos. Atualmente, os supermercados maiores (hipermercados) oferecem desde produtos alimentícios, artigos de cama, mesa e banho, até eletrodomésticos sofisticados, como televisões de plasma e geladeiras *hi-tech*. A facilidade aumenta quando os supermercados oferecem estes produtos por telefone ou por pedidos *on-line*. Porém, nem sempre foi assim.

De acordo com o BNDES¹⁷ (1996), são três os marcos que nortearam a evolução dos supermercados no Brasil: a introdução do conceito de auto-serviço, na década de 50, a chegada da Rede *Carrefour*, na década de 80, consolidando o conceito de hipermercados, e a entrada do maior grupo varejista do mundo no Brasil, a *Wal-Mart*, na década de 90, com uma política de preços baixos e logística eficiente, através do sistema de informação.

Os supermercados são uma evolução histórica dos chamados “mercadinhos” tradicionais de bairro. Nesses estabelecimentos, a forma predominante de venda é a tradicional (venda de balcão), onde se necessita de um atendente que pega os produtos escolhidos pelo cliente. Após a escolha do produto, o cliente passa pelo *check-out* (caixa) para finalizar a compra.

Já os supermercados, além de realizarem a forma tradicional de venda nas suas padarias, açougues e setores específicos, trabalham com o conceito de auto-serviço (*self-service*), pelo qual o cliente, sozinho, escolhe seus produtos nas gôndolas e passa por caixas localizados nas saídas do estabelecimento.

Atualmente, o setor de supermercados e hipermercados é bastante competitivo. (SILVA, 2007). Com uma concentração maior nos grandes centros urbanos, os supermercados e hipermercados estão crescendo e com isso se tornando verdadeiros *auto-centers*, com prestações de serviços variados, como locadoras de filmes, praças de alimentação, floriculturas, atividades bancárias, agências de turismo, entre vários outros serviços que não demandem grande espaço físico para funcionar. A arquitetura dos estabelecimentos também é sofisticada. Com ambientes limpos e *designs* inovadores, os supermercados estão construindo prédios de alto padrão, chamando a atenção para este tipo de estabelecimento pelo ambiente externo da loja.

Segundo a Revista Supermercado Moderno (2000 *apud* MOREIRA, 2001), o setor supermercadista utiliza como estratégias para se adaptar ao mercado o abastecimento correto das lojas, a sugestão de produtos e marcas para os clientes e a negociação de compras de produtos com os fornecedores.

De acordo com Moreira (2001), a departamentalização é o grande mecanismo do funcionamento dos supermercados. A departamentalização tem por objetivo funcionar de modo estratégico, procurando garantir conforto nas compras dos clientes e, ainda, sugerir uma

¹⁷ Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social

seqüência lógica de compras, como aproximar as bebidas dos setores de petiscos e a padaria, do setor de frios e embutidos.

Além destas estratégias, os supermercados começam a despertar para uma consciência social e ambiental, movimento global que atinge outros setores. O uso de sacolas retornáveis, gerenciamento de resíduos sólidos e campanhas sociais aproximam os supermercados da população, aumentando assim a movimentação do setor.

De acordo com a ABRAS¹⁸, o faturamento do setor em 2007 alcançou a marca dos 136 bilhões de reais, um crescimento real de 6% em relação a 2006 (VALOR ONLINE, 2008).

Com arquitetura moderna, variedade na oferta de produtos, concentração de serviços diversos, logística de vendas e preocupação de cunho sócio-ambiental, fica fácil perceber a importância das lojas do setor na economia da população e, por consequência, na economia brasileira.

¹⁸ Associação Brasileira de Supermercados

3 ESTUDO DE CASO

"Fala a verdade, mesmo que ela esteja contra ti".
(Provérbio Árabe)

Este capítulo apresenta o estudo de caso feito no supermercado escolhido.

Primeiramente faz-se um breve histórico do Supermercado Hippo. Após, são apresentadas algumas ações ambientalmente corretas, adotadas pelo supermercado.

O capítulo apresenta, ainda, a lista de verificação utilizada para o estudo, bem como as respostas dadas pela entrevistada.

Após a apresentação da lista, relata-se a análise global do estudo, bem como as análises individuais dos seis critérios da lista de verificação, a saber: o critério de **fornecedores, colaboradores, responsabilidade sócio-ambiental, disponibilidade de capital, contabilidade e auditoria ambiental e execução de serviços**.

Por fim, é feito um plano resumido de gestão ambiental, de acordo com as prioridades apontadas na análise da lista de verificação.

3.1 BREVE HISTÓRICO DO SUPERMERCADO HIPPO

O Supermercado Hippo completa em 2008, 11 (onze) anos de atividades. Após uma cisão de uma rede de supermercados, em 1997, três irmãos da família Saqueti iniciam as atividades do Supermercado Hippo, com o objetivo de oferecer serviços e produtos diferenciados para os clientes.

O nome Hippo decorre da mascote do supermercado, um hipopótamo com feição simpática e carismática.

Josiano, um dos fundadores do supermercado, afirma: "O próprio nome Hippo foi escolhido já pensando no *marketing* que poderia render. O símbolo é o hipopótamo, um bicho

engraçado e simpático, ideal para fazer o papel de amigão que queríamos desempenhar junto ao nosso público”.

Para a campanha de *marketing*, no início das atividades, o slogan da propaganda era "Florianópolis vai ganhar um amigão", conforme mostra a Figura 3.1.



Figura 3.1: Logomarca do supermercado
Fonte: *Site* do supermercado

A distribuição de bichinhos de pelúcia da mascote do supermercado fazia parte da campanha do supermercado (Figura 3.2). O sucesso da campanha foi tão grande que ela precisou ser terminada quinze dias antes do previsto. Motivo: os mil bonecos encomendados se esgotaram, rapidamente.



Figura 3.2: Bicho de pelúcia da mascote do supermercado
Fonte: *Site* do supermercado

O supermercado está instalado em uma área de 1.050 m², na região central de Florianópolis, em uma área nobre do bairro, conhecida como "o coração da ilha", conforme

mostra a Figura 3.3. A Figura 3.4 mostra a fachada do supermercado estudado. Já a Figura 3.5 mostra uma vista aérea do interior do supermercado.

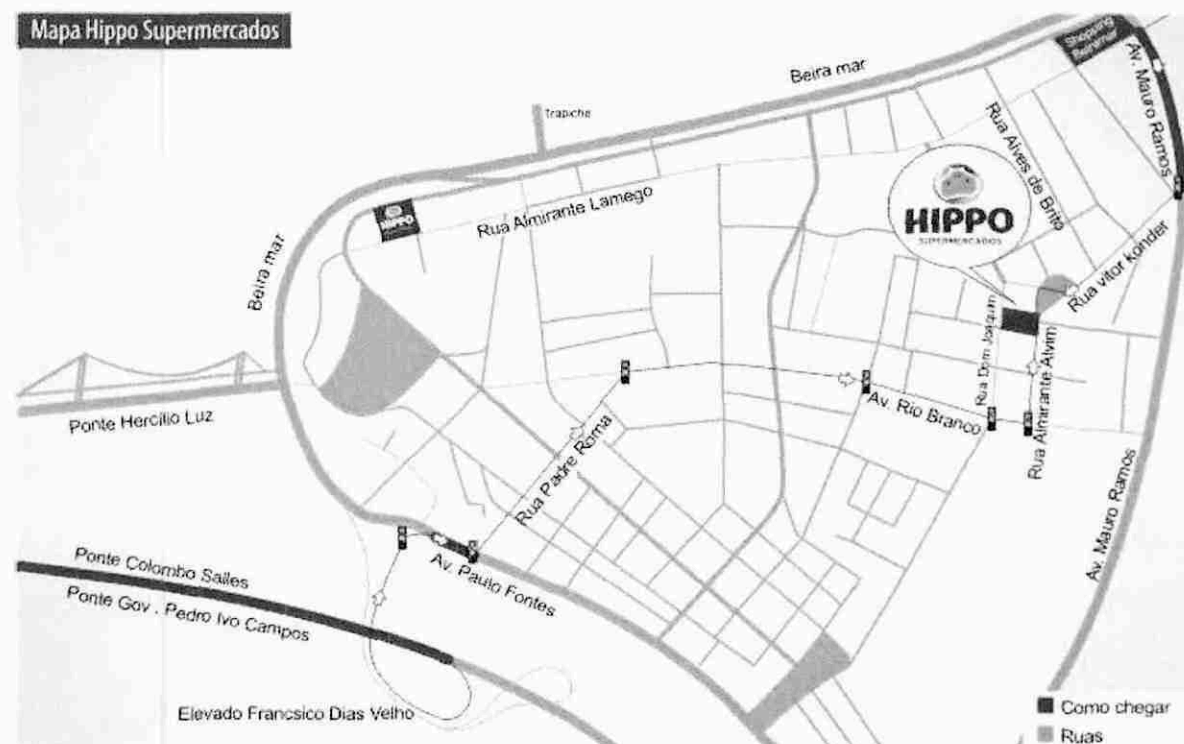


Figura 3.3: Mapa do supermercado

Fonte: Site do supermercado



Figura 3.4: Fachada do Hippo Supermercados

Fonte: Fotografia do pesquisador



Figura 3.5: Vista do interior do supermercado

Fonte: Fotografia do pesquisador

O supermercado conta, ainda, com um plano de fidelidade que está disponível aos seus dez mil clientes. O plano de fidelidade é digital, onde o cliente é cadastrado em um banco de dados, com a sua identificação digital, que registra suas compras.

O Hippo, hoje, atende pelo serviço *Delivery*, vendas via "0800" e Internet, para as regiões de Florianópolis, São José, Palhoça e Biguaçu.

3.2 PREOCUPAÇÃO SÓCIO-AMBIENTAL DO SUPERMERCADO

O supermercado Hippo sempre se mostrou engajado na questão ambiental. Isso pode ser comprovado através das inúmeras campanhas realizadas pelo supermercado.

Considerada a maior premiação ambiental para a área empresarial do Sul do país pelo Ministério do Meio Ambiente, o Hippo Supermercado ganhou o "Prêmio Expressão de Ecologia", em 2004, na categoria "Controle da poluição - Gestão de resíduos sólidos no setor de comércio e serviços". Na ocasião, o supermercado estava implantando o "Programa de

gerenciamento dos resíduos sólidos”. O programa direcionava os recicláveis secos para uma cooperativa de catadores de lixo de Florianópolis. Uma parte deste material era comercializada e a renda era revertida diretamente para um fundo dos funcionários do supermercado. (EXPRESSÃO ECOLOGIA, 2004)

Os excedentes de alimentos comercializados são destinados a um projeto do SESC¹⁹ de Florianópolis, o “Mesa Brasil”, que atende a entidades carentes, fornecendo alimentação de qualidade e evitando o desperdício. Outras sobras de alimentos, como os embutidos e queijos, são doadas para a Associação Orgânica da UFSC²⁰, que transforma as sobras em compostos orgânicos e as distribui para creches e comunidades carentes. (EXPRESSÃO ECOLOGIA, 2004)

O supermercado faz, também, a coleta de pilhas e baterias nos condomínios e casas próximas à sua loja e as encaminha a uma empresa, em São Paulo, para o reprocessamento.

Em entrevista para a revista Expressão Ecologia (nº 134, 2004), Simone Sacheti Wernke, gerente operacional do Hippo Supermercados, afirma que estes processos são feitos a custos mínimos, justamente por causa das várias parcerias que o supermercado consegue fazer.

Desde 2001, o supermercado recicla também todo o óleo que é utilizado na empresa. Além disso, o supermercado também coleta o óleo doméstico dos seus clientes, o qual é recolhido em garrafas plásticas, depois também recicladas. Existem coletores especiais para este tipo de resíduo, que são devidamente identificados.

O Hippo foi o primeiro supermercado catarinense a receber o selo do SIE²¹ que autoriza a empresa a manipular produtos de origem animal dentro do estabelecimento.

O setor de açougue do supermercado é isolado por uma janela de vidro. Através de um microfone, o cliente conversa com o açougueiro, que faz o corte das carnes e atende aos pedidos também pelo microfone. O uso de luvas, máscara e touca garante a higienização do produto. A Figura 3.6 mostra o setor de açougue do supermercado.

¹⁹ Serviço Social do Comércio

²⁰ Universidade Federal de Santa Catarina

²¹ Serviço de Inspeção Estadual



Figura 3.6: Açougue do supermercado

Fonte: Fotografia do pesquisador

Em agosto de 2007, o supermercado implantou as sacolas de lona, retornáveis. As sacolas são ofertadas aos clientes ao preço de custo, na tentativa de se reduzir o número de sacolas plásticas nas compras. A cada cinco passagens da sacola retornável nos caixas o cliente ganha um pacote de adubo orgânico.

Para atender aos clientes que ainda preferem a sacola plástica, o supermercado substituiu, desde novembro de 2007, as sacolas plásticas comuns pelas sacolas oxibiodegradáveis. Enquanto a primeira leva em torno de cem anos para ser absorvida pela natureza, as sacolas oxibiodegradáveis levam em torno de quinze a dezessete meses para serem absorvidas pelo meio ambiente, não eliminando nenhum resíduo tóxico na natureza.

Em 12 de maio de 2008, o prefeito de Florianópolis sancionou a Lei 7.627, que obriga a substituição dos sacos e sacolas plásticas comuns pelas sacolas oxibiodegradáveis. A troca deverá ser feita da seguinte forma: quatro por cento em quatro meses; oitenta por cento em oito meses; e cem por cento em um ano.

Em julho de 2007, conforme entrevista pessoal do pesquisador com a assessora de *marketing* do supermercado, Márcia Bonett, o Hippo recebeu a visita de representantes do governo italiano para estudar como o supermercado comercializa seus hortifrutigranjeiros. Segundo a entrevistada, a escolha pelo supermercado foi feita em razão do supermercado ser referência nacional na comercialização deste tipo de alimento,. Ela afirma, também, que o

supermercado é o pioneiro na oferta de produtos orgânicos. A Figura 3.7 mostra as gôndolas reservadas especialmente para a venda dos produtos orgânicos.



Figura 3.7: Gôndola com produtos orgânicos

Fonte: Fotografia do pesquisador

Estas são algumas das ações sociais e ambientalmente responsáveis sustentadas pelo supermercado. Nota-se que a empresa adota o pioneirismo na gestão, como no caso das sacolas plásticas oxibiodegradáveis, e na comercialização de produtos orgânicos. A partir destes projetos e ações, o supermercado ganhou notoriedade nacional e internacional.

3.3 APRESENTAÇÃO DA LISTA DE VERIFICAÇÃO E RESULTADOS

Primeiramente, realizou-se um estudo na Lista de Verificação original do SICOGEA, na primeira aplicação em uma empresa de beneficiamento (Anexo A). Após, analisou-se a Lista de Verificação aplicada por Silva (2008), e implementadas algumas alterações.

Os critérios de "Fornecedores", "Colaboradores", "Responsabilidade Sócio-Ambiental", "Disponibilidade de Capital" e "Execução do Serviço" da lista de verificação foram respondidas por Márcia Bonett, assessora de *marketing* do supermercado. O critério de "Contabilidade e

Auditoria Ambiental” da lista de verificação foi respondido por Cristiane Saqueti, gerente de *marketing* do supermercado (Apêndice B). Durante a entrevista, foram concedidas algumas informações adicionais, que serão relatadas durante a análise dos critérios.

A Lista de Verificação é uma lista composta de 108 questões fechadas tendo como respostas possíveis as alternativas “Sim”, “Não”, e “Não se Aplica” (NA). Para estas respostas, o pesquisador as classifica, de acordo com a sua análise, como práticas “Adequadas” ou “Deficitárias”. As questões que a entrevistada classificou como “não aplicáveis” serão desconsideradas para o estudo.

A sustentabilidade é dada de acordo com a seguinte fórmula:

$$\frac{\text{Número de respostas "Adequadas"} \times 100}{(\text{Número de questões} - \text{Questões Não Aplicáveis})}$$

Primeiramente faz-se uma análise global do supermercado, e, logo após, uma análise de cada um dos critérios apresentados na lista de verificação.

A Figura 3.8 ilustra a distribuição do número de perguntas por critérios da lista de verificação.

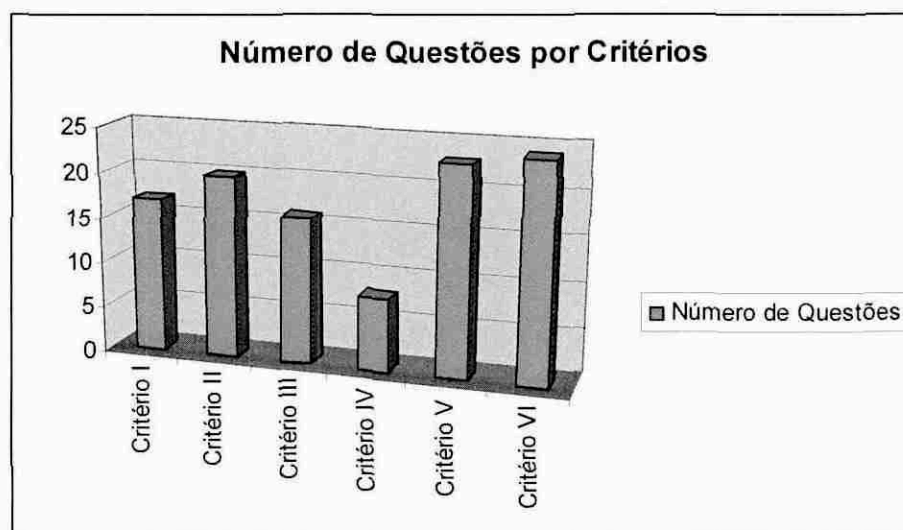


Figura 3.8: Distribuição do número de questões por critério

Fonte: Elaboração do autor

O Critério I da Lista de Verificação é composto por 17 (dezesete) questões. O Critério II, por sua vez, é composto por 20 (vinte) questões. Já o Critério III possui 16 (dezesesseis) questões para responder. O Critério IV é o menor em número de questões, contendo 8 (oito) questões. Os Critérios V e VI são os dois maiores em número de questões, contendo respectivamente 23 (vinte e três) e 24 (vinte e quatro) questões para serem respondidas.

3.3.1 Análise Global de Sustentabilidade do Supermercado

A análise global de sustentabilidade do supermercado evidencia o grau de sustentabilidade de todo o estabelecimento. De acordo com a classificação adotada no Quadro 11 do presente trabalho, a sustentabilidade do supermercado é a esperada.

Ao total, foram aplicadas 108 (cento e oito) questões na lista de verificação. Foram classificadas pelo pesquisador ao todo 93 (noventa e três) questões como adequadas, 11 (onze) deficitárias e 4 (quatro) questões não puderam ser aplicadas ao supermercado.

De acordo com estes números, a sustentabilidade global do supermercado ficou em 89,42%. Portanto, de acordo com a classificação adotada no Quadro 11, o supermercado possui uma sustentabilidade “Adequada”, de desempenho alto, com valorização ambiental, produção ecológica e prevenção contra poluição.

A Figura 3.9 demonstra a proporção, em valores absolutos e em porcentagem, da sustentabilidade ambiental do supermercado.

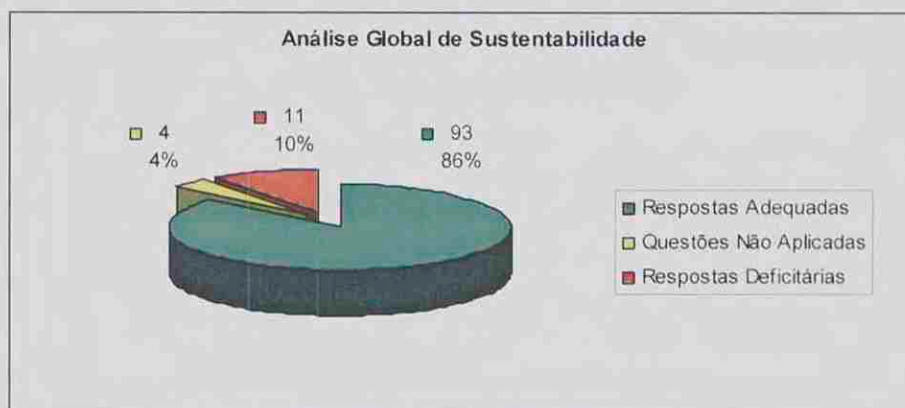


Figura 3.9: Análise global de sustentabilidade

Fonte: Elaboração do autor

3.3.2 Análise do Critério I – Fornecedores

O critério de fornecedores é composto por 17 (dezessete) questões. O Quadro 3.1 mostra as questões aplicadas na lista de verificação juntamente com a análise das respostas adequadas, deficitárias e não aplicáveis ao supermercado.

Nº	QUESTÕES	SIM	NÃO	NÃO SE ADAPTA
CRITÉRIO I – FORNECEDORES				
1	O supermercado informa a seus fornecedores suas metas, valores e código de conduta?	A		
2	Os principais fornecedores do supermercado são certificados pelas normas ambientais ISO 14001?	A		
3	Os fornecedores são monopolistas no mercado?		A	
4	Os fornecedores apresentam preocupação com o meio ambiente?	A		
5	Os fornecedores dão garantias de qualidade dos produtos?	A		
6	Os fornecedores dão garantias de segurança dos produtos?	A		
7	Os fornecedores do supermercado se obrigam a reciclar os seus produtos usados?		D	
8	A segurança do transporte e da manutenção dos abastecimentos do supermercado obedece a normas?	A		
9	O controle na recepção das compras obedece a normas precisas quanto ao meio ambiente?	A		

10	O armazenamento das compras obedece a normas precisas quanto ao meio ambiente?	A		
11	Os alimentos perecíveis estão sujeitas a uma data-limite de utilização?	A		
12	A prestação de serviço, demanda a utilização de recursos não renováveis?		A	
13	O controle de qualidade presente no supermercado engloba normas de avaliação do impacto sobre o meio ambiente?	A		
14	As normas de segurança e meio ambiente são rigorosamente respeitadas pelos colaboradores?	A		
15	A alta administração se mostra efetivamente comprometida com a gestão ambiental?	A		
16	O corpo gerencial se apresenta efetivamente comprometido com a gestão ambiental?	A		
17	A mão de obra empregada é altamente especializada, também na parte ambiental?	A		

Quadro 3.1: Lista de Verificação: Questões do Critério I – Fornecedores

Fonte: Adaptado de Lerípio (2001) e Pfitscher (2004) (*apud* SILVA, 2008)

Como se pode observar no Quadro 3.1, 16 (dezesseis) respostas foram classificadas como adequadas e apenas uma resposta foi classificada como deficitária. Neste critério não houve questões em que a lista de verificação não pudesse ter sido aplicada.

A Figura 3.10 mostra as respostas classificadas como adequadas e não adequadas do critério de fornecedores.

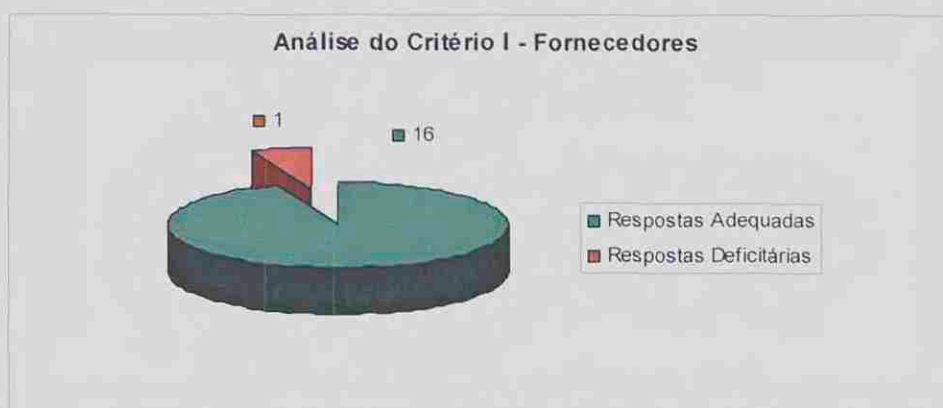


Figura 3.10: Análise do Critério I - Fornecedores

Fonte: Elaboração do autor

Portanto, a sustentabilidade do Critério I, de acordo com a fórmula para o cálculo de sustentabilidade, é de 94,12%. Este critério possui um nível de desempenho alto, com valorização ambiental, produção ecológica e prevenção contra poluição.

O critério de fornecedores não atingiu os 100% de sustentabilidade, de acordo com a lista aplicada, pois os fornecedores não se obrigam a reciclar seus produtos. Cabe, então, uma negociação com os fornecedores acerca dessa possibilidade.

3.3.3 Análise do Critério II – Colaboradores

O critério II – “Colaboradores” é composto por 20 (vinte) questões. O Quadro 3.2 mostra as questões aplicadas na lista de verificação, juntamente com a análise das respostas “adequadas”, “deficitárias” e “não aplicáveis” ao supermercado.

Nº	QUESTÕES	SIM	NÃO	NÃO SE ADAPTA
CRITÉRIO II - COLABORADORES				
18	O supermercado informa a seus colaboradores suas metas, valores e códigos de conduta?	A		
19	O supermercado oferece a seus colaboradores cursos profissionalizantes / nível superior na área ambiental?	A		
20	O supermercado realiza frequentemente pesquisa de satisfação de seus colaboradores?	A		
21	Os colaboradores possuem conhecimento da preocupação ambiental do supermercado?	A		
22	Os colaboradores possuem conhecimento do modelo de gestão ambiental aplicado no supermercado?	A		
23	Os colaboradores são incentivados a participarem de projetos sociais e ambientais?	A		
24	Os colaboradores são incentivados a interagir-se internamente?	A		
25	Os colaboradores são incentivados a aplicar a consciência ambiental fora do ambiente de trabalho?	A		
26	Os colaboradores participam do planejamento da rede de supermercados?	A		
27	Os colaboradores participam de cursos ambientais voltados à gestão ambiental corporativa?	A		
28	Os colaboradores recebem treinamento ambiental de qualquer tipo?	A		

29	Os colaboradores recebem treinamentos para operarem máquinas com tecnologias de ponta?	A		
30	Os colaboradores recebem prêmios e gratificações de acordo com seu desempenho a respeito de práticas especificamente ambientais?	A		
31	Os colaboradores são promovidos internamente de acordo com suas rentabilidades e especialidades?	A		
32	Os colaboradores são promovidos externamente (para outros supermercados da rede) de acordo com suas rentabilidades e especialidades?		D	
33	Os colaboradores, ao serem contratados, são recebidos com palestras a respeito da posição sócio-ambiental do supermercado?	A		
34	Os colaboradores têm acesso fácil aos gerentes e diretores?	A		
35	A gerência e a diretoria possuem conhecimentos das práticas ambientais adotadas por outros supermercados?	A		
36	A gerência e a diretoria participam de cursos ambientais voltados à gestão ambiental corporativa?	A		
37	A gerência e a diretoria compartilham práticas ambientais entre os supermercados da rede?	A		

Quadro 3.2: Lista de Verificação: Questões do Critério II – Colaboradores

Fonte: Adaptado de Lerió (2001) e Pfitscher (2004) (apud SILVA, 2008)

De acordo com o Quadro 3.2, foram classificadas como respostas adequadas 19 (dezenove) das 20 (vinte) questões propostas. Apenas uma das questões mostrou-se deficitária. Para este critério, também não houve questões em que sua aplicabilidade fosse inviável.

A Figura 3.11 mostra as respostas classificadas como “adequadas” e “não adequadas” do critério de fornecedores.

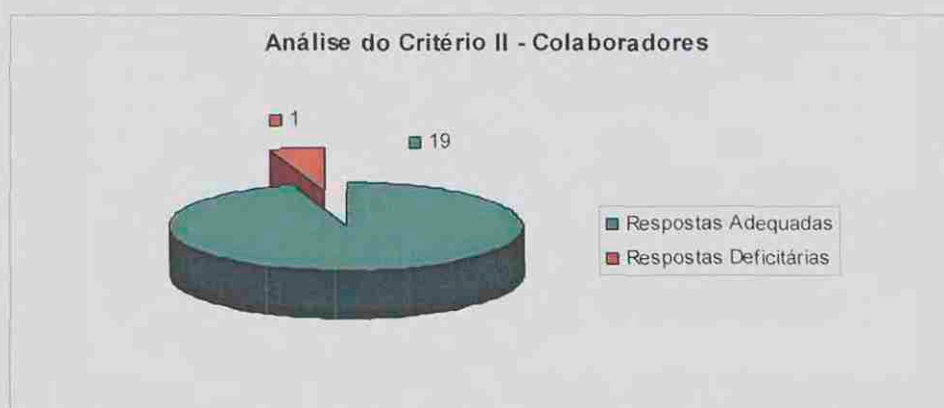


Figura 3.11: Análise do Critério II - Colaboradores

Fonte: Elaboração do autor

Para o critério II da lista de verificação, a sustentabilidade encontrada foi de 95%. Portanto, de acordo com a classificação apresentada no Quadro 2.11, este critério possui também uma sustentabilidade alta, sendo considerada adequada.

A questão deficitária deste critério aponta que não há promoção dos colaboradores de acordo com sua rentabilidade e especialidade entre os supermercados da rede. Esta deveria ser uma questão a ser revista pela empresa, pois a promoção de um colaborador da filial para a matriz pode elevar a sua auto-estima e, conseqüentemente, aumentar sua produtividade.

3.3.4 Análise do Critério III – Responsabilidade Sócio-Ambiental

O critério de responsabilidade sócio-ambiental é composto por 16 (dezesesseis) questões. O Quadro 3.3 mostra as questões aplicadas na lista de verificação, juntamente com a análise das respostas “adequadas”, “deficitárias” e “não aplicáveis” ao supermercado.

Nº	QUESTÕES	SIM	NÃO	NÃO SE ADAPTA
CRITÉRIO III - RESPONSABILIDADE SÓCIO - AMBIENTAL				
38	O supermercado possui coleta seletiva de lixo?	A		
39	O supermercado utiliza material reciclado nos seus escritórios?	A		
40	O supermercado incentiva a utilização correta de recursos naturais pelos seus colaboradores?	A		
41	O supermercado desenvolve conscientização ambiental para seu público interno e externo?	A		
42	O supermercado já obteve benefícios e/ou premiações pela atuação na valorização do meio ambiente ou projetos sociais?	A		
43	O supermercado possui gastos com pesquisas e desenvolvimento de projetos sociais e/ou ambientais?	A		
44	O supermercado possui multas e indenizações sócio-ambientais?		A	
45	O supermercado tem auferido receitas relativas à valorização do social?	A		
46	O supermercado paga taxas, contribuições e demais gastos relacionados com a área sócio-ambiental?	A		
47	O supermercado apóia projetos sociais / ambientais?	A		
48	O supermercado mantém parcerias com as comunidades locais dos seus estabelecimentos?	A		
49	O supermercado realiza pesquisas para conhecer a satisfação dos seus clientes?	A		
50	O supermercado cede seus colaboradores para realizarem serviços	A		

	comunitários?			
51	O supermercado dá preferência para a compra de produtos ecologicamente corretos?	A		
52	O supermercado possui mais de 30% de produtos ecologicamente corretos?	A		
53	O supermercado permite a exposição de produtos ecológicos por profissionais formados na área ambiental?	A		

Quadro 3.3: Lista de Verificação: Questões do Critério III – Responsabilidade Sócio-Ambiental

Fonte: Adaptado de Lerípio (2001) e Pfitscher (2004) (*apud* SILVA, 2008)

De acordo com o Quadro 3.3, o critério possui apenas respostas consideradas adequadas. Isto mostra a seriedade com que o supermercado trata a sua relação com a sociedade e com o meio ambiente no qual ele se insere.

Utilizando a metodologia para calcular a sustentabilidade do critério, nota-se que o resultado encontrado é de 100%, sendo este critério, então, altamente sustentável para esta lista de verificação.

A Figura 3.12 demonstra a sustentabilidade, em valores absolutos e em porcentagem, do Critério III, da lista de verificação.

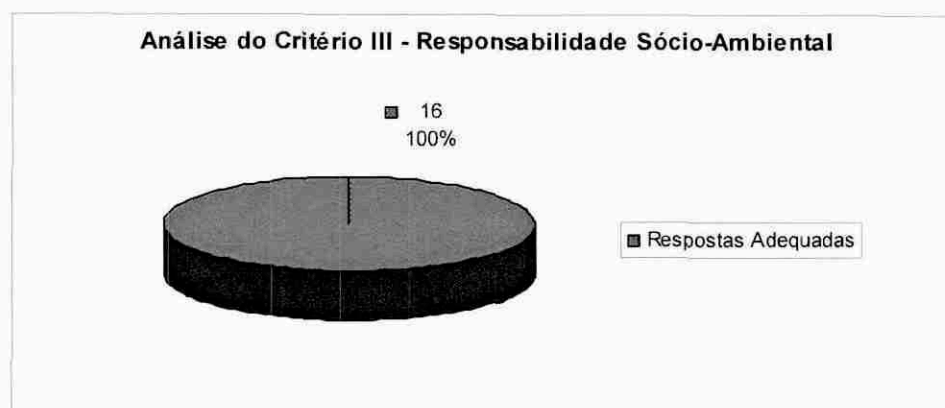


Figura 3.12: Análise do Critério III – Responsabilidade Sócio-Ambiental

Fonte: Elaboração do autor

A respeito da questão 38 da lista de verificação, a coleta seletiva de lixo é feita e difundida pelo supermercado com placas identificadoras com o nome do projeto de reciclagem da empresa.

Durante a entrevista do pesquisador com a assessora de *marketing*, a respeito da questão número 52, esta afirmou que no supermercado eram comercializadas mais de 800 (oitocentas) variedades de produtos orgânicos (Apêndice A).

Já a respeito da questão número 53 da lista de verificação, a entrevistada afirmou que não só permitem a exposição de produtos ecológicos como são procurados e remunerados expositores que se disponham a oferecer seus produtos.

3.3.5 Análise do Critério IV – Disponibilidade de Capital

O critério de disponibilidade de capital é composto por 8 (oito) questões. O Quadro 3.4 mostra as questões aplicadas na lista de verificação juntamente com a análise das respostas adequadas, deficitárias e não aplicáveis ao supermercado.

Nº	QUESTÕES	SIM	NÃO	NÃO SE ADAPTA
CRITÉRIO IV - DISPONIBILIDADE DE CAPITAL				
54	Existe capital próprio disponível para investimentos em gestão sócio - ambiental?	A		
55	Existem restrições cadastrais ou legais para a concessão de empréstimos para investimentos em gestão sócio-ambiental?		A	
56	O supermercado possui bens em uso no processo de proteção, controle, preservação e recuperação ambiental?		D	
57	O supermercado paga multas e indenizações por falhas operacionais, como infração à legislação ou direito de terceiros?		A	
58	O supermercado paga multas e indenizações por acidentes ambientais; perdas por exposição de pessoas e bens à poluição?		A	
59	O supermercado é ré em alguma ação judicial referente à poluição ambiental, acidentes ambientais e/ou indenizações trabalhistas?		A	
60	Existe aplicação financeira em projetos ambientais?	A		
61	O supermercado acredita numa vantagem competitiva no mercado com a valorização da questão ambiental?	A		

Quadro 3.4: Lista de Verificação: Questões do Critério IV – Disponibilidade de Capital

Fonte: Adaptado de Lerípio (2001) e Pfitscher (2004) (*apud* SILVA, 2008)

O Quadro 3.4 demonstra que, para o referido critério, apenas a questão 56 mostrou ser deficitária. As outras questões do mesmo critério receberam avaliações positivas, sendo classificadas como adequadas.

A Figura 3.13 mostra o número de questões classificadas como adequadas e deficitárias do critério analisado.

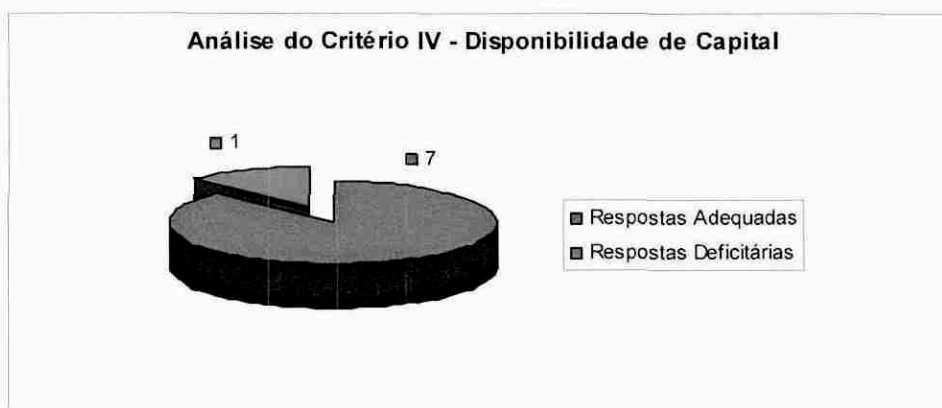


Figura 3.13: Análise do Critério IV – Disponibilidade de Capital

Fonte: Elaboração do autor

De acordo com a metodologia utilizada para o cálculo da análise de sustentabilidade adotada na pesquisa, o critério de disponibilidade de capital atingiu uma sustentabilidade de 87,5%, sendo classificada então como adequada, de acordo com o Quadro 2.11.

Esta análise significa que o supermercado está apto para conseguir capital para investimento, principalmente na gestão ambiental da instituição. A não-existência de restrições cadastrais junto a instituições financeiras ou governamentais garante ao supermercado a prévia aprovação para a captação de recursos de terceiros para projetos ambientais elaborados por ele.

3.3.6 Análise do Critério V – Contabilidade e Auditoria Ambiental

O critério de contabilidade e auditoria ambiental é composto por 23 (vinte e três) questões. O Quadro 3.5 mostra as questões aplicadas na lista de verificação juntamente com a análise das respostas adequadas, deficitárias e não aplicáveis ao supermercado.

Nº	QUESTÕES	SIM	NÃO	NÃO SE ADAPTA
CRITÉRIO V - CONTABILIDADE E AUDITORIA AMBIENTAL				
	<i>Ativo Circulante</i>			
62	O supermercado possui títulos a receber?	A		
63	O supermercado possui outros créditos a receber?		D	
	<i>Ativo Realizável a Longo Prazo</i>			
64	O supermercado possui títulos a receber?		D	
65	O supermercado possui outros créditos a receber?		D	
66	O supermercado possui bens em uso no processo de proteção, controle, preservação e recuperação ambiental?	A		
67	O supermercado possui demais elementos do ativo permanente?	A		
68	O supermercado possui gastos com pesquisas e desenvolvimento de tecnologias ambientais?		D	
69	O supermercado possui passivos ambientais, relativos a empréstimos e financiamentos de investimentos na gestão ambiental?		A	
70	O supermercado possui multas e indenizações ambientais?		A	
71	O supermercado possui salários e encargos de especialistas da área ambiental?		D	
72	O supermercado possui passivos ambientais, relativos a empréstimos e financiamentos de investimentos na gestão ambiental a LP?		A	
73	O supermercado possui multas e indenizações ambientais a LP?		A	
74	O supermercado possui reservas para contingências de natureza ambiental?		D	
75	O supermercado tem auferido receitas relativas a valorização do meio ambiente?		D	
76	Os custos de vendas são superiores as receitas?	A		
77	Os custos de vendas atingem 50% das receitas?			X
78	Os custos de vendas são inferiores a 50% das receitas?			X
79	Existe consumo de recursos para controle, preservação, proteção ambiental e perda acelerada decorrente de exposição de bens à poluição?		A	
80	O lucro bruto tem aumentado no último período?			X
81	O supermercado paga honorários de profissionais especializados?	A		
82	O supermercado paga taxas, contribuições e demais gastos relacionados com a área ambiental?	A		
83	O supermercado pagou multas e indenizações por falhas operacionais, como infração à legislação ou direito de terceiros?		A	
84	O supermercado pagou multas e indenizações por acidentes ambientais; perdas por exposição de pessoas e bens à poluição?		A	

Quadro 3.5: Lista de Verificação: Questões do Critério V – Contabilidade e Auditoria Ambiental
 Fonte: Adaptado de Lerípio (2001) e Pfitscher (2004) (*apud* SILVA, 2008)

O critério de contabilidade e auditoria ambiental foi o primeiro a apresentar questões classificadas como “não aplicáveis”. Porém, as questões não foram respondidas porque a entrevistada afirmou que este tipo de informação o supermercado não poderia divulgar, sendo elas consideradas confidenciais. Portanto, as questões 77, 78 e 80 foram excluídas do cálculo da sustentabilidade do critério.

De acordo com a metodologia utilizada para o cálculo da sustentabilidade, o critério de contabilidade e auditoria ambiental apresentou uma sustentabilidade de 65%, sendo classificada de acordo com o Quadro 2.11, como uma sustentabilidade regular, com desempenho médio, atendendo apenas às legislações e afins.

A Figura 3.14 mostra as questões classificadas como “adequadas”, “não adequadas” e “não aplicáveis” da lista de verificação no supermercado.

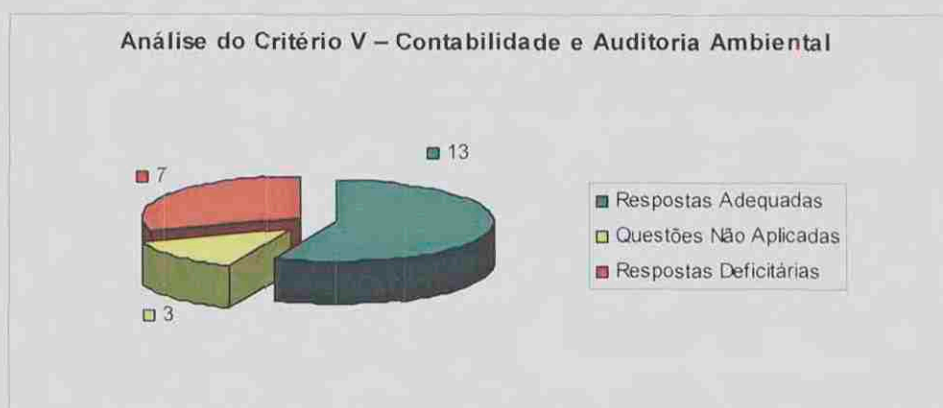


Figura 3.14: Análise do Critério V – Contabilidade e Auditoria Ambiental

Fonte: Elaboração do autor

No critério de contabilidade e auditoria ambiental, o pesquisador explicou, durante a entrevista, que as respostas deveriam estar contidas ou no processo de contabilização ou no processo de auditoria da empresa. Portanto, os dados respondidos como positivos ou negativos pela entrevistada, ou constam no balanço, ou são práticas de auditoria interna da empresa.

A Questão 66 da lista de verificação, do critério de Contabilidade e Auditoria Ambiental, é idêntica à Questão 56 do critério de Disponibilidade de Capital. A repetição foi feita de forma intencional para verificar se os bens em uso no processo de proteção, controle, preservação e recuperação ambiental estão evidenciados no balanço patrimonial da instituição. Porém, houve divergências nas respostas. Cristiane Saqueti, entrevistada que respondeu especificamente ao Critério V, afirmou que o supermercado possui bens para os referidos fins da Questão 66 da lista de verificação. Márcia Bonett, entrevistada que respondeu às outras questões da lista, no Critério IV, respondeu que o supermercado não possuía bens para uso no processo de proteção, controle, preservação e recuperação ambiental.

A divergência nas respostas foi mantida, pois caso não o fosse, as respostas da lista perderiam sua credibilidade. Se as respostas de Márcia Bonett fossem alteradas (pois prevaleceria a informação contábil), a sustentabilidade do critério IV de disponibilidade de capital iria para 100%, ainda sendo classificada como “adequada”, de acordo com o Quadro 2.11. Como a classificação como “adequada” não foi alterada, manteve-se a divergência nas respostas para assegurar a credibilidade da Lista de Verificação aplicada.

As respostas da lista classificadas como deficitárias, para o critério V de contabilidade e auditoria ambiental, foram as respostas das questões 63, 64, 65, 68, 71, 74, 75.

As questões 63, 64 e 65 dizem respeito a títulos e outros créditos a receber. A resposta foi classificada como deficitária, pois o recebimento de títulos e créditos significa futuros recebimentos de dinheiro em caixa, uma vez que sua competência já foi registrada no fato gerador da receita.

A questão 68 foi classificada como “deficitária”, pois não há na contabilidade uma distinção entre os gastos com pesquisas e desenvolvimento de tecnologias ambientais e os gastos com pesquisas e desenvolvimento de tecnologias de outros tipos. Ou seja, há gastos (como afirma a resposta da questão 43 da lista no Critério III), porém eles não são evidenciados separadamente dos demais gastos com pesquisa e desenvolvimento.

A questão 71, que diz respeito ao pagamento de salários e encargos a especialistas na área ambiental, foi classificada como “deficitária” pois os gastos com estes tipos de profissionais também não são contabilizados separadamente dos demais salários e encargos do supermercado.

A questão 74 foi classificada como “deficitária”, pois a não-existência de uma reserva de contingência para a área ambiental demonstra que, quando acontecer algum evento inesperado causado pela empresa, que prejudique de alguma forma o meio ambiente, não haverá recursos disponíveis imediatos para o controle e/ou recuperação ambiental causada pelo evento.

A questão 75, que trata das receitas ganhas com a valorização ambiental pela empresa, foi classificada como deficitária também pelo fato de a empresa não apresentar, nos seus demonstrativos, receitas desta valorização diferenciada das receitas normais de atividade do supermercado.

3.3.7 Análise do Critério VI – Execução do Serviço

O critério de execução do serviço é composto por 24 (vinte e quatro) questões. O Quadro 3.6 mostra as questões aplicadas na lista de verificação, juntamente com a análise das respostas adequadas, deficitárias e não aplicáveis ao supermercado.

Nº	QUESTÕES	SIM	NÃO	NÃO SE ADAPTA
CRITÉRIO VI - EXECUÇÃO DO SERVIÇO				
85	A prestação de serviços situa-se em um mercado de alta concorrência?	D		
86	O supermercado tem programas de fidelidade para com seus clientes?	A		
87	O programa de fidelidade com o cliente distribui mudas de árvores?	A		
88	O supermercado assume a responsabilidade pela reciclagem dos seus produtos usados?	A		
89	O supermercado possui um sistema de tratamento dos seus resíduos internos?	A		
90	O supermercado comercializa seus resíduos?	A		
91	As caixas de papel e papelão recebidas nas compras das mercadorias são recicladas?	A		
92	Os gases utilizados nas câmaras de refrigeração do setor de açougue, de panificação e de frios são ambientalmente viáveis?	A		
93	Existe algum programa de racionalização de água dentro do supermercado?	A		
94	O supermercado procura conscientizar seus clientes sobre a preservação do meio ambiente?	A		
95	O supermercado concentra suas compras em uma unidade distribuidora para a rede de supermercados?	A		

96	O supermercado possui seguro contra acidentes ambientais causados pela empresa?	A		
97	O supermercado trabalha com conscientização ecológica no público infantil durante as compras dos pais e mães?	A		
98	O supermercado promove concursos ambientais voltados a seus clientes?	A		
99	O supermercado comercializa hortifrutigranjeiros orgânicos?	A		
100	São comercializados alimentos hidropônicos (alimentos tratados com água e nutrientes especiais)?	A		
101	Os alimentos hortifrutigranjeiros não comercializados diariamente são doados para alguma instituição social?	A		
102	Os eletros e importados comercializados são ambientalmente viáveis?			X
103	O setor de açougue é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	A		
104	O setor de frios é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	A		
105	O setor de panificação é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	A		
106	O setor de congelados é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	A		
107	O serviço de tele-entrega é acompanhado por um setor de logística?	A		
108	As sacolas utilizadas para as compras dos clientes são retornáveis?	A		

Quadro 3.6: Lista de Verificação: Questões do Critério VI – Execução do Serviço

Fonte: Adaptado de Lerípio (2001) e Pfitscher (2004) (*apud* SILVA, 2008)

O último critério analisado, o de execução do serviço, obteve apenas uma resposta em que a questão não se aplicava ao supermercado. A questão 102 da lista de verificação pergunta se os eletrodomésticos e importados comercializados são ambientalmente viáveis. O supermercado pesquisado não comercializa eletros e importados, portanto, a questão foi retirada para o cálculo da sustentabilidade.

Conforme o Quadro 3.6, foram classificadas como “adequadas” 22 respostas do critério de execução do serviço e apenas uma resposta foi classificada como “deficitária”.

A Figura 3.15 mostra o número de questões classificadas como adequadas e deficitárias, bem como o número de questões que não se adaptaram à instituição pesquisada.



Figura 3.15: Análise do Critério VI – Execução do Serviço

Fonte: Elaboração do autor

De acordo com a metodologia utilizada para a sustentabilidade do critério, o critério de execução de serviços foi considerado adequado, com uma sustentabilidade de 95,65% para a lista aplicada. A sustentabilidade encontrada possui um desempenho alto, de acordo com a classificação adotada no Quadro 2.11.

A questão 85 da lista de verificação questiona se o supermercado se encontra em um mercado de alta concorrência. O critério foi assim classificado, pois a alta concorrência exige uma estrutura mais dinâmica e funcional por parte da empresa, incorrendo, conseqüentemente, em maiores gastos para a organização.

A entrevistada citou que a concorrência entre os supermercados de Florianópolis é grande, principalmente devido às grandes redes, porém o supermercado analisado trabalha com o pioneirismo e a busca pela sustentabilidade para manter-se no ramo.

Nas palavras da entrevistada Márcia Bonett, *“A sustentabilidade é um caminho sem volta, e a gente não pode encarar isso como despesa. Aqueles que pensarem assim estão fadados à falência”*.

Portanto, apesar de ser uma resposta considerada deficitária, o supermercado está a par da situação e já trabalha para se destacar no ramo de supermercados de Florianópolis.

Quanto à questão 88 da lista de verificação, a entrevistada afirmou que 92% do lixo gerado no supermercado é reciclado. Os 8% de lixo restantes são decorrentes do lixo dos banheiros do supermercado, impossível de ser reciclado.

A questão 90 da lista de verificação pergunta se os resíduos são comercializados. A resposta dada pela entrevistada foi positiva, porém com a ressalva de que os resíduos são doados. Como a pergunta é especificamente sobre a comercialização dos resíduos, e não a obtenção de receitas com os resíduos, a questão foi considerada adequada pelo pesquisador.

Quando questionada sobre a racionalização na utilização de água pelo supermercado (questão 93), a entrevistada afirmou que há um programa de racionalização de uso da água na instituição, e que, entre os colaboradores, há fiscais internos verificando a aplicação do programa de racionalização.

Na questão 99 da lista, a entrevistada afirma que o supermercado não só comercializava produtos hortifrutigranjeiros orgânicos como foi o pioneiro na região da Grande Florianópolis a comercializar este tipo de produto.

Durante a resposta da questão 103, a entrevistada disse que o supermercado é detentor do Selo de Inspeção Estadual, o SIE, que confere ao supermercado a licença para manipular e fracionar os alimentos, sendo, assim, capaz de fornecer produtos especiais, como alimentos sem glúten.

Na última questão da lista, a entrevistada afirmou que o supermercado implantou o sistema de sacola de lona retornável no mês de agosto de 2007, e que as sacolas plásticas comuns foram trocadas pelas sacolas oxibiodegradáveis em novembro de 2007.

A fim de diagnosticar os pontos falhos e apresentar um processo de melhoria contínua, faz-se análise das prioridades de atendimento, conforme o item 3.4.

3.4 CLASSIFICAÇÃO DOS CRITÉRIOS PRIORITÁRIOS

Após a análise individual de cada critério, cria-se uma tabela que classifica, por ordem de menor sustentabilidade, os critérios prioritários para a elaboração de um plano resumido de gestão ambiental.

A Tabela 3.1 mostra os critérios que receberam prioridade na elaboração do plano de gestão ambiental.

Ordem	Critério	Sustentabilidade
1	V - Contabilidade e Auditoria Ambiental	65%
2	IV - Disponibilidade de Capital	87,5%
3	I - Fornecedores	94,12%
4	II - Colaboradores	95%
5	VI - Execução de Serviço	95,68%
6	III - Responsabilidade Sócio-Ambiental	100%

Tabela 3.1: Priorização dos critérios analisados na lista de verificação

Fonte: Elaborado pelo autor

De acordo com a Tabela 1, os critérios com menor sustentabilidade são os critérios de “Contabilidade e Auditoria Ambiental” (65%), “Disponibilidade de Capital” (87,5%) e “Fornecedores” (94,12%). Os critérios de “Responsabilidade Sócio-Ambiental”, “Execução do Serviço” e “Colaboradores” foram os três melhores critérios, com a sustentabilidade de 100%, 95,68% e 95%, respectivamente.

Esta classificação se faz necessária para servir de ponto de partida para a confecção de um plano resumido de gestão ambiental, no qual são apresentadas alternativas, cujo intuito é a elevação do nível de sustentabilidade por critério e, conseqüentemente, a elevação da sustentabilidade global do supermercado.

De acordo com o Quadro 2.11, o critério de “Contabilidade e Auditoria Ambiental” é classificado como de sustentabilidade regular. Os critérios de “Fornecedores”, “Colaboradores”, “Responsabilidade Sócio-Ambiental”, “Disponibilidade de Capital” e “Execução de Serviço” foram classificados como adequados.

Portanto, a elaboração do plano resumido de gestão ambiental é realizada com base apenas no critério de “Contabilidade e Auditoria Ambiental”, visto que este apresentou sustentabilidade regular, enquanto os demais critérios apresentaram sustentabilidade adequada.

3.4 PLANO RESUMIDO DE GESTÃO AMBIENTAL

O plano resumido de gestão ambiental é um documento que direciona atividades a serem praticadas pela empresa de acordo com os critérios com menores índices de sustentabilidade. Para tal, utiliza-se a ferramenta 5W2H, expressão em inglês que significa *What, Why, When, Where, Who, How e How Much*.

O Quadro 3.7 é o resultado da elaboração do plano resumido de gestão ambiental com base no Critério V da lista de verificação utilizada na pesquisa, por apresentar o menor índice de sustentabilidade e ser classificado como o único regular de todos os critérios analisados.

What? O que?	Why? Por quê?	When? Quando?			Where? Onde?	Who? Quem?	How? Como?	How much? Quanto custa?
		Início	Término	Avaliação				
Venda de Resíduos ----- Contabilidade e Auditoria Ambiental	Para obtenção de receitas ambientais	No início do exercício social de 2009	Sem prazo de término. A empresa deve adotar como política interna.	Anual, ao final de cada exercício social	No setor de contabilidade e vendas	Pelo contabilista e gerente de finanças	Seguindo os padrões e práticas internacionais de contabilidade	Custo não orçado
Separação das contas contábeis de características ambientais. ----- Contabilidade e Auditoria Ambiental	Para uma melhor evidenciação nos demonstrativos contábeis da entidade	No início do exercício social de 2009	Sem prazo de término. A empresa deve adotar como política interna.	Anual, ao final de cada exercício social	No setor de contabilidade	Pelo contabilista	Seguindo os padrões e práticas internacionais de contabilidade	Custo não orçado
Aplicação de recursos a longo prazo. ----- Contabilidade e Auditoria Ambiental	Para garantia futura (a longo prazo) de recebimentos em caixa	No início do exercício social de 2009	Sem prazo de término. A empresa deve adotar como política interna.	Mensal, com análise de retorno de investimentos	No setor de finanças	Pelo contabilista e gerente de finanças	Através de análises técnicas e específicas para avaliação de investimentos	Custo não orçado

Quadro 3.7: Plano resumido de gestão ambiental

Fonte: Elaborado pelo autor

Este plano é uma sugestão de ações a ser implementadas pelo supermercado com o propósito de aumentar sua sustentabilidade, e não tem a pretensão de eliminar todas as deficiências apresentadas pela empresa, sendo, entretanto, uma forma de auxílio na gestão da empresa, especificamente na gestão ambiental.

As três sugestões de ação para a empresa estão concentradas na área da Contabilidade e Auditoria Ambiental da empresa, visto que este foi o critério analisado como de menor sustentabilidade da lista de verificação aplicada, ainda que classificada como uma sustentabilidade regular.

A primeira sugestão é a obtenção de receitas através da venda de resíduos produzidos pela empresa. Como citado na lista de verificação, na questão 90, os resíduos são doados a entidades para que estas as usem da maneira que melhor lhes convier.

O pesquisador vê nesta ação da empresa uma oportunidade de geração de receita para o supermercado, podendo, este recurso, ser direcionado à ampliação das atividades e projetos sociais e ambientais que a instituição promove.

A ação deve ser acompanhada pelo contabilista da empresa e por um gerente de finanças, para assegurar que o processo de geração de receitas seja feito dentro dos padrões e práticas internacionais de contabilidade. Ela deve ter início no período social de 2009 e deve ser avaliada ao final de cada período social.

A segunda ação proposta pelo plano resumido de gestão ambiental propõe a classificação das contas de natureza ambiental, com o intuito de separá-las das demais contas, com a utilização da classificação de ativos, passivos, despesas e receitas ambientais, de acordo com a fundamentação teórica da pesquisa e outras literaturas convenientes. Esta é uma tendência global, e o supermercado, que já atua com o pioneirismo na sua gestão, pode obter nesta ação um diferencial frente aos seus concorrentes.

Esta ação deve ser posta em prática e avaliada pelo contabilista do supermercado visto que é um processo técnico, e que apenas um profissional bacharelado em Ciências Contábeis tem a autorização de fazê-la.

A prática se iniciaria também no começo do exercício social de 2009, e deve ser avaliada ao final de cada período social.

A terceira e última ação proposta para o supermercado é a realização de aplicação de recursos com retorno de longo prazo visto, que, nas questões 64 e 65 da lista, a entrevistada afirmou que o supermercado não possuía títulos e outros créditos a receber de longo prazo.

A garantia de recebimentos futuros é importante para a empresa no caso de algum imprevisto ou de um gasto inesperado e relevante a curto prazo. Portanto, a aplicação de recursos a longo prazo, de uma forma segura, garante à empresa uma rentabilidade sobre o valor aplicado.

Através de análises técnicas e específicas para investimentos, o contabilista da empresa e o gerente de finanças devem realizar avaliações mensalmente, em um período inicial, e adaptar o período de avaliação, conforme for necessário com o passar do tempo.

Os custos das ações sugeridas não foram calculados, pois o pesquisador entende que o supermercado deve fazer orçamentos para garantir o menor custo possível das ações, fazendo, para isso, uma pesquisa de mercado.

4 CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

"A percepção do desconhecido é a mais fascinante das experiências.
O homem que não tem os olhos abertos para o misterioso passará pela vida sem ver nada."
(Albert Einstein)

Neste capítulo, primeiramente, apresentam-se algumas opiniões do pesquisador. Em seguida são apresentadas as conclusões obtidas quanto à problemática do estudo. Após, são apresentadas as conclusões quanto aos objetivos pretendidos no capítulo I do presente trabalho. Posteriormente, são apresentadas algumas considerações finais acerca do estudo de caso elaborado. Por fim, o capítulo indica sugestões para futuros trabalhos.

4.1 CONSIDERAÇÕES DO PESQUISADOR

O presente trabalho é considerado por este pesquisador como um pequeno avanço para a contabilidade ambiental em geral, e consequência de uma pesquisa produzida por um acadêmico de uma instituição de ensino federal, graduado no curso de Ciências Contábeis, reconhecido pelo Ministério da Educação do Brasil. Desta forma, o trabalho leva fé de credibilidade.

Para que seja mantida esta garantia (a de credibilidade), algumas considerações percebidas pelo pesquisador durante o trabalho devem ser feitas.

A lista de verificação utilizada para a pesquisa que foi respondida por Márcia Bonett e Cristiane Saqueti continha algumas questões que o pesquisador teve a possibilidade de confirmar através da verificação *in loco*, no supermercado.

A questão 3, da lista de verificação, perguntava se os fornecedores do supermercado são monopolistas. A entrevistada respondeu, assinalando que seus fornecedores não são monopolistas. Porém, com a visita do pesquisador, foi possível identificar alguns fornecedores monopolistas, principalmente no setor de bebidas, especificamente refrigerantes e cervejas. Porém, nos outros setores, a variedade de produtos era bastante diversificada, permitindo verificar que a maioria dos produtos comercializados não provinha de fornecedores monopolistas.

Outra questão da lista de verificação que foi constatada como possível falha foi a divergência nas repostas pelas entrevistadas. Enquanto Márcia Bonett respondeu que o supermercado não possuía bens em uso no processo de proteção, controle, preservação e recuperação ambiental, Cristiane Saqueti respondeu o contrário, que o supermercado possuía bens em uso no processo de proteção, controle, preservação e recuperação ambiental e, além disso, evidenciado no seu patrimônio.

O pesquisador não teve acesso aos demonstrativos do supermercado e, portanto, não pôde verificar qual das respostas seria a correta. Caso fosse constatado, através da documentação (demonstrativo contábil), que o supermercado tivesse bens com os fins propostos na lista de verificação nas questões 56 e 66, a sustentabilidade do critério de “disponibilidades de capital” subiria para 100%. Continuaria, entretanto, com a sustentabilidade classificada como “Adequada”, uma vez que o plano resumido de gestão ambiental apresentado considerou como prioritário apenas o critério que foi classificado como regular (critério V – contabilidade e auditoria ambiental). Não foram feitas alterações nas respostas da lista de verificação.

Estas eram as considerações a serem feitas pelo pesquisador, uma vez que as outras questões, ou foram passíveis de verificação pelo pesquisador com a visita *in loco*, ou foram respondidas ao pesquisador com uma sólida explicação por parte das entrevistadas.

4.2 CONCLUSÕES QUANTO À PROBLEMÁTICA

Esta pesquisa teve como questão-problema o seguinte questionamento: *Como a contabilidade ambiental pode auxiliar na gestão ambiental de um supermercado?*

Ao final do estudo, pode-se afirmar que a pergunta quanto à problemática do trabalho foi respondida satisfatoriamente.

A aplicação parcial do SICOGEA durante o trabalho demonstrou como a contabilidade ambiental pode fornecer informações gerenciais de cunho ambiental para a instituição. Com estas informações, foi possível elaborar para a empresa estudada um plano resumido de gestão ambiental, no qual se propõem ações que aumentam a sustentabilidade ambiental do negócio.

De acordo com o plano proposto, o supermercado poderia vender seus resíduos para a obtenção de receitas ambientais; separar as contas contábeis daquelas com características ambientais e destacá-las nos balanços e demonstrativos contábeis da entidade; e aplicar recursos a longo prazo para garantia futura de recebimentos, de disponibilidades em caixa, podendo subsidiar, assim, planos ambientais específicos.

4.3 CONCLUSÕES QUANTO AOS OBJETIVOS

O objetivo geral do estudo era o de aplicar o SICOGEA, especificamente a primeira fase da terceira etapa, para conhecer a sustentabilidade ambiental em um supermercado de Florianópolis, com o auxílio da contabilidade ambiental. Para tal, foram determinados objetivos específicos que conduziram a pesquisa ao objetivo geral.

O Quadro 4.1 demonstra os objetivos específicos e os resultados alcançados ao término do estudo.

Objetivos Específicos	Resultados
Apresentar conceitos de meio ambiente e impacto ambiental, gestão ambiental, auditoria ambiental, controladoria ambiental, benchmarking ambiental, contabilidade ambiental e suas especificações e sistemas de gestão ambiental.	A conclusão do estudo foi viabilizada a partir do conhecimento teórico dos assuntos abordados. A fundamentação teórica pode ser considerada o ponto de partida para a busca dos objetivos almejados.
Conhecer as principais práticas ambientais no supermercado estudado.	Através da lista de verificação e da entrevista pessoal, foi possível conhecer as principais práticas ambientais do supermercado estudado. Com isto, foi possível a criação do plano resumido de gestão ambiental para a instituição.
Analisar através dos dados coletados com a lista de verificação, a sustentabilidade global obtida e a sustentabilidade por critérios da lista de verificação.	Com o auxílio da terceira etapa, especificamente a primeira fase do SICOGEA, foi possível a análise dos dados para se obter a sustentabilidade global e por critério do supermercado para a lista de verificação utilizada.

Apresentar um plano resumido de gestão ambiental com a contabilidade, utilizando-se do SICOGEA terceira etapa, especificamente a primeira fase.	Após a análise de sustentabilidade do supermercado, foi possível identificar a prioridade dos critérios aplicados na lista de verificação utilizada para criar o plano resumido de gestão ambiental para a instituição.
Apresentar sucintamente a opinião do pesquisador	Foi possível a colocação de opiniões do pesquisador principalmente quanto à algumas respostas da lista de verificação utilizada. As considerações foram feitas de forma a garantir a credibilidade do trabalho realizado através da observação do ponto de vista do pesquisador.

Quadro 4.1: Objetivos específicos e resultados obtidos

Fonte: Elaboração do autor

Pode-se observar, portanto, que, de acordo com o Quadro 12, os objetivos específicos do trabalho foram plenamente alcançados, através da conceituação dos temas propostos, conhecimento das práticas ambientais aplicadas pelo supermercado, cálculo da sustentabilidade da instituição e elaboração de um plano resumido de gestão ambiental para a melhoria da sustentabilidade da empresa.

Para alcançar os objetivos propostos, o primeiro tema foi a base para fundamentar e conhecer o assunto estudado.

Quanto ao segundo objetivo específico, verificou-se que este tipo de empresa apresenta várias atividades e estas são realizadas para atender ao público consumidor (3.2 Preocupação sócio-ambiental do supermercado).

Para atender ao terceiro objetivo específico foi necessário adaptar a lista de verificação, realizar a entrevista com Márcia Bonett e Cristiane Saqueti, e, em uma etapa posterior, analisar cada critério em “A” (adequado), “D” (deficitário) e “NA” (não se aplica).

Quanto ao quarto objetivo específico, verificou-se que, a partir das questões analisadas como deficitárias, e calculada a sustentabilidade ambiental, obteve-se a prioridade para um processo de melhoria contínua, sendo, então, realizado o plano resumido de gestão ambiental com o auxílio do 5W2H.

4.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um cenário de pressões sobre as organizações quanto à sua gestão ambiental, faz-se necessária a utilização de ferramentas para a otimização das práticas adotadas pela empresa nos seus processos de planejamento e operacionalização.

A utilização da contabilidade para a gestão ambiental da empresa ficou evidenciada de forma positiva neste trabalho.

Através do método SICOGEA, foi possível a obtenção da sustentabilidade da empresa estudada, bem como a elaboração de um plano de ação para os critérios mais prioritários apontados pela lista de verificação utilizada.

No estudo de caso aplicado, a instituição mostrou ser responsável ambientalmente, considerando que a sustentabilidade referente a este critério na lista de verificação chegou a 100%.

Acima dos 94%, ficaram os critérios de fornecedores, colaboradores e execução de serviço, concluindo-se, assim, que o supermercado estudado se preocupa efetivamente com seus processos operacionais, desde a compra de mercadorias até a prestação de serviços feita pela empresa, com a valorização dos seus colaboradores.

Com uma sustentabilidade também adequada, o critério de disponibilidade de capital mostrou que a empresa consegue captar capital para ser aplicado na sua gestão ambiental.

A menor sustentabilidade obtida nos critérios da lista de verificação foi o de contabilidade e auditoria ambiental, com um resultado de 65%. Apesar de ainda ser considerada uma sustentabilidade regular de acordo com a metodologia utilizada, este critério precisa de melhoramentos, os quais foram apresentados através do plano resumido de gestão ambiental.

Neste sentido, pode-se verificar que a contabilidade pode auxiliar efetivamente a gestão ambiental da empresa, através do planejamento de práticas a serem adotadas pelas instituições bem como pelo direcionamento para a operacionalização do planejamento feito.

Quanto ao quinto e último objetivo específico, constatou-se que, embora a lista de verificação fosse completa, a verificação *in loco* mostrou outras situações que foram ponderadas

pelo pesquisador, de forma a atribuir maior credibilidade, com a menor interferência possível, às respostas da pesquisa, através das explicações no tópico 4.1 “considerações do pesquisador”.

4.5 SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

Com o intuito de expandir o conhecimento científico acerca da matéria estudada, apresentam-se algumas sugestões para futuros trabalhos:

- aplicar integralmente o SICOGEA no supermercado estudado;
- realizar este tipo de pesquisa com a mesma lista de verificação em outros supermercados da região de Florianópolis para se obter posteriormente uma análise setorial;
- verificar se o plano resumido de gestão ambiental foi seguido pela empresa, mostrando suas etapas, desde seu planejamento até a obtenção dos resultados, e, se não o foi, identificar as dificuldades apresentadas para a operacionalização do plano;
- analisar se os clientes da instituição estudada conseguem perceber como as ações ambientais são importantes para a sobrevivência do supermercado no setor; e,
- realizar um estudo aprofundado de *benchmarking* ambiental em supermercados considerados “ecológicos”, e propor ações de melhorias aos supermercados tradicionais não inteiramente envolvidos com a gestão ambiental.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Relatório final 2002: Gestão de resíduos sólidos em portos, aeroportos e fronteiras**. Brasília. 2003. 99 p. Disponível em: <http://www.anvisa.gov.br/paf/residuo/rel_final_solid.pdf>. Acesso em: 6 mar. 2008.
- ARAÚJO, Ana Paula Linhares. **Gestão dos aspectos e impactos ambientais em um condomínio com o envolvimento da contabilidade ambiental**. Florianópolis, 2008, 77f. Monografia (graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.
- BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Comércio varejista: supermercados**. 1996. 33 p. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/relato/supmerca.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2008.
- BRASIL. **Lei 6.938**. Brasília. 1981. 99 p. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/Leis/L6938org.htm>>. Acesso em: 12 abr. 2008.
- CHEQUETTO, Francine. **Gestão ambiental: um estudo de caso na empresa Embraco S/A**. 2004. 76f. enc. Monografia (graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.
- CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução CFC Nº 774/94**. Disponível em: <<http://www.reginaldo.cnt.br/cfc-pdf/17.pdf>>. Acesso em: 5 abr. 2008.
- Conselho Nacional do Meio Ambiente. **Resolução 001/86**. Brasília. 1986. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res86/res0186.html>>. Acesso em: 19 mar. 2008.
- EXPRESSÃO ECOLOGIA. **Revista Expressão Ecologia**. nº 134, 2004. Disponível em: <<http://www.expressao.com.br/ecologia/>>. Acesso em: 26 mar. 2008.
- FERREIRA, Aracéli Cristina de Sousa. **Contabilidade ambiental: uma informação para o desenvolvimento sustentável**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 138 p.
- FERRAZ FILHO, Zildo Ernesto; MORAES FILHO, Rodolfo Araújo de. **Benchmarking, Sua Utilização e Formalização nas Pequenas e Médias Empresas: Um Modelo de Implantação**. Revista do Centro de Ciências Administrativas da Universidade de Fortaleza Unifor, FORTALEZA, v. 10, n. 2, p. 335-347, 2004. Disponível em: <<http://www.unifor.br/notitia/file/359.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2008.
- FLORIANÓPOLIS. Câmara Municipal de Florianópolis. **Lei 7.627**. Florianópolis. 2008. 2 p. Disponível em: <<http://www.cmf.sc.gov.br/>>. Acesso em: 15 jun. 2008.
- FURTADO, Ana Paula Peixoto. **Um aporte da Contabilidade à Gestão Ambiental: estudo de caso em uma empresa do ramo cerâmico**. Florianópolis, 2008, 86f. Monografia (graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.
- GALLON, Alessandra Vasconcelos; PFITSCHER, Elisete Dahmer; ALBERTON, Luiz; LIMONGI, Bernadete; ROSA, Fabrícia Silva da; ROCHA, Jonas Alberto Belli. **Contabilidade e controladoria ambiental: auxílio na gestão da cadeia de arroz orgânico**. In: Sétimo Congresso

- USP de iniciação científica em contabilidade. 2007. São Paulo. Disponível em: <<http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos72007/351.pdf>>. Acesso em: 29 mai. 2008
- GOULART, Thales Fernando Schmitt Rodrigues. **A participação do profissional de contabilidade no processo de gestão e auditoria ambiental**. Florianópolis, 2001, 47f. Monografia (graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.
- HENDRIKSEN, Eldon Sende; BREDA, Michael F. VAN. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999. 550p.
- INSTITUTO DOS AUDITORES INDEPENDENTES DO BRASIL. **NPA 11 – Balanço e ecologia**. Disponível em: <<http://www.ibracon.com.br/anexo.asp?idpagina=223>>. Acesso em: 16 mai. 2008.
- IUDÍCIBUS, Sergio de. **Teoria da contabilidade**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1993. 350p.
- CARLINI JÚNIOR, Reginaldo José. VITAL, Tales Wanderley. **A utilização do benchmarking na elaboração do planejamento estratégico: uma importante ferramenta para a maximização da competitividade organizacional**. Revista Brasileira de Gestão de Negócios - FECAP, Ano 6. São Paulo. p. 60-66, 14/04/2004. Disponível em: <<http://200.169.97.103/seer/index.php/RBGN/article/view/12/12>>. Acesso em: 29 mar. 2008.
- KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **A evolução de normas e recomendações internacional e nacional da contabilidade ambiental**. Ibérica. 2000 Org, Espanha – Madri, 2005. Disponível em: <<http://www.gestaoambiental.com.br/articles.php?id=61>>. Acesso em: 3 abr. 2008.
- KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade ambiental como sistema de informações**. Revista Pensar Contábil do Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: ano 3. n. 09. p. 19-26, ago/out.2000. Disponível em: <http://www.gestaoambiental.com.br/recebidos/maria_kraemer_pdf/CONTABILIDADE%20AMBIENTAL%20COMO%20SISTEMA%20DE%20INFORMA%C7%D5ES.pdf>. Acesso em 10 mar. 2008
- KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade ambiental: o passaporte para a competitividade**. 2007. Disponível em: <http://www.universoambiental.com.br/novo/artigos_ler.php?canal=4&canallocal=4&canalsub2=10&id=166>. Acesso em: 10 mar. 2008.
- KREMER, Bruna Valéria. **A Contabilidade Ambiental como instrumento de gestão: aplicação parcial do SICOGEA em uma instituição de ensino**. Florianópolis, 2008, 75f. Monografia (graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.
- LAVORATO, Marilena Lino de Almeida. **Benchmarking ambiental brasileiro**. 23/01/2007. Disponível em: <http://www.maisprojetos.com.br/pdf/benchmarking_ambiental.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2008.
- LERÍPIO, Alexandre de Ávila. **GAIA: um método de gerenciamento de aspectos e impactos ambientais**. 2001. Tese (doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

LONGARAY, André Andrade; BEUREN, Ilse Maria. **Caracterização da pesquisa em contabilidade**. 2003. In: BEUREN, Ilse Maria. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 21-43.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 370 p.

MOREIRA, Cynara Mendonça. **Estratégias de reposição de estoques em supermercados: avaliação por meio de simulação**. Florianópolis. 2000. 131f. Dissertação (mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

MÜLLER, Giselly. **A contabilidade ambiental como instrumento de gestão: aplicação parcial do SICOGEA no Resort Costão do Santinho**. Florianópolis, 2006, 62p. Monografia (graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

NUNES, João Paulo de Oliveira. **Contabilidade ambiental como forma de gestão: estudo de caso em um hospital**. 2006. 58f. Monografia (graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

PAIVA, Paulo Roberto de. **Contabilidade ambiental: evidenciação dos gastos ambientais com transparência e focada na prevenção**. São Paulo. Atlas, 2003. 154 p.

PFITSCHER, Elisete Dahmer. **Gestão e sustentabilidade através da contabilidade e controladoria ambiental: Estudo de caso na cadeia produtiva de arroz ecológico**. Florianópolis, 2004, 252f. Tese (doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, 2004

QUEIROZ, Adriana Pinheiro de; *et. al.*. **Gestão ambiental e desenvolvimento sustentável**. 2007. p. 11-25. In: **Contabilidade Ambiental: ferramenta para a gestão da sustentabilidade**. Célia Braga (org). Atlas. 2007. 169 p.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. **Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais**. 2003. In: BEUREN, Ilse Maria. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 76-96.

REBOLLO, Mário Guilherme. **A divulgação de informações ambientais através dos demonstrativos contábeis anuais**. ConTexto - Revista do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Contabilidade, Porto Alegre, v. 1, p. 67-88, 2001A. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/necon/ambiente.pdf>>. Acesso em 3 dez. 2007.

REBOLLO, Mário Guilherme. **A contabilidade como instrumento de controle e proteção do meio ambiente**. Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, v. 104, p. 12 – 23. 1 mai. 2001B.

RIO DE JANEIRO. Câmara Municipal do Rio de Janeiro. **Lei 134**. Rio de Janeiro. 1985.

ROSSONI, Estela Pitwak. **Avaliação da qualidade dos serviços oferecidos em supermercados, segundo a percepção dos consumidores da cidade de Cacoal, RO**. Florianópolis, 2002. 204 f. Dissertação (mestrado em engenharia de produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

ROSSONI, Estela Pitwak; SILVA, Pitwak Machado. **A contabilidade ambiental como instrumento de efetivação de direitos**. 2005. Disponível em: <http://www.universia.com.br/html/materia/materia_ijea.html>. Acesso em: 03 mai. 2008.

SÁ, Lopes de. **Rédito ambiental e seus aspectos contábeis**. Disponível em: <<http://www.lopesdesa.com.br/>>. Acesso em: 05 mar. 2008.

SANT'ANA, Luiz Ernesto; *et. al.*. **O benchmarking como suporte ao sistema de inteligência competitiva em pequenas empresas**. Enfoque. Reflexão Contábil (Maringá), Maringá/PR, v. 23, n. 1, p. 15/05/2004. Disponível em: <<http://www.santoagostinho.edu.br/Biblio/teses/77.pdf>>. Acesso em: 31 mar. 2008.

SCHENINI, Pedro Carlos; *et. al.* **Finanças ambientais**. In: SCHENINI, Pedro Carlos (Org.). **Gestão Empresarial Sócio Ambiental**. Florianópolis: 2005. p. 113-141.

SILVA, Amara Lemos da Silva; BRAGA, Célia; PINHO, Débora Rodrigues. **Contabilidade ambiental: ferramenta para a gestão da sustentabilidade**. 2007. p. 32-66 In: **Contabilidade Ambiental: ferramenta para a gestão da sustentabilidade**. Célia Braga (org). Atlas. 2007. 169 p.

SILVA, Cíntia Bernardete da. **A responsabilidade sócio-ambiental analisada em uma rede de supermercados com o auxílio do SICOGEA**. 2008. 59f. Monografia (graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SILVA, Fernando Noronha. **Demonstração de uma apropriação de custos no setor supermercadista: um estudo de caso em um supermercado da grande Florianópolis**. Florianópolis. 2007. 53f. Monografia (graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

SILVA; Fernando Benedito da; *et. al.*. **Contabilidade Ambiental: Um Estudo sobre sua aplicabilidade em empresas brasileiras**. In: 17ª Convenção dos Contabilistas do Estado de São Paulo, 2001, São Paulo, 2001. Disponível em: <http://www.serrano.neves.nom.br/MBA_GYN/apsa07.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2008.

SILVEIRA, Mirelle Gonçalves. **O reflexo da incorporação de uma nova variável em um sistema de custo: o custo ambiental**. 1997. 43 f. enc. Monografia (graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2004. 427 p.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio; KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2004. 303 p.

VALOR ONLINE. **Faturamento de supermercados cresce em março, amparado pelas vendas da Páscoa**. São Paulo. 23 abr. 2008. Disponível em: <<http://www.valoronline.com.br/valoronline/Geral/empresas/37/Faturamento+de+supermercados+cresce+em+março+amparado+pelas+vendas+da+Pascoa,,,37,4892175.html>>. Acesso em: 15 abr. 2008.

VEGINI, Danúbia. **Contabilidade e auditoria ambiental como forma de gestão:** um estudo de caso de um hospital. 85f. enc. Monografia (graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Universidade Federal de Santa Catarina
Centro Sócio-Econômico
Departamento de Ciências Contábeis
Acadêmico: Guilherme Maciel Mafra

Avaliação da sustentabilidade ambiental: estudo de caso em um supermercado de Florianópolis com aplicação do SICOGEA

Instrumento de pesquisa para fins acadêmicos.

ROTEIRO DE ITENS PARA ENTEVISTA

- Atuação ambiental do Hippo Supermercados;
- Visita internacional de representantes do governo italiano;
- Produtos alimentícios orgânicos;
- Comercialização dos resíduos sólidos;
- Sacolas plásticas oxibiodegradáveis e sacolas retornáveis.

APÊNDICE B

Lista de verificação respondida pelas entrevistadas.

Nome: Márcia Bonett e Cristiane Saqueti

Cargo: Assessora de *Marketing* e Gerente de *Marketing*

Formação: Pós-graduada em *Marketing*

Nº	QUESTÕES	SIM	NÃO	NÃO SE ADAPTA
CRITÉRIO I - FORNECEDORES				
1	O supermercado informa a seus fornecedores suas metas, valores e código de conduta?	X		
2	Os principais fornecedores do supermercado são certificados pelas normas ambientais ISO 14001?	X		
3	Os fornecedores são monopolistas no mercado?		X	
4	Os fornecedores apresentam preocupação com o meio ambiente?	X		
5	Os fornecedores dão garantias de qualidade dos produtos?	X		
6	Os fornecedores dão garantias de segurança dos produtos?	X		
7	Os fornecedores do supermercado se obrigam a reciclar os seus produtos usados?		X	
8	A segurança do transporte e da manutenção dos abastecimentos do supermercado obedece a normas?	X		
9	O controle na recepção das compras obedece a normas precisas quanto ao meio ambiente?	X		
10	O armazenamento das compras obedece a normas precisas quanto ao meio ambiente?	X		
11	Os alimentos perecíveis estão sujeitas a uma data-limite de utilização?	X		
12	A prestação de serviço, demanda a utilização de recursos não renováveis?		X	
13	O controle de qualidade presente no supermercado engloba normas de avaliação do impacto sobre o meio ambiente?	X		
14	As normas de segurança e meio ambiente são rigorosamente respeitadas pelos colaboradores?	X		
15	A alta administração se mostra efetivamente comprometida com a gestão ambiental?	X		
16	O corpo gerencial se apresenta efetivamente comprometido com a gestão ambiental?	X		
17	A mão de obra empregada é altamente especializada, também na parte ambiental?	X		
CRITÉRIO II - COLABORADORES				

18	O supermercado informa a seus colaboradores suas metas, valores e códigos de conduta?	X		
19	O supermercado oferece a seus colaboradores cursos profissionalizantes / nível superior na área ambiental?	X		
20	O supermercado realiza frequentemente pesquisa de satisfação de seus colaboradores?	X		
21	Os colaboradores possuem conhecimento da preocupação ambiental do supermercado?	X		
22	Os colaboradores possuem conhecimento do modelo de gestão ambiental aplicado no supermercado?	X		
23	Os colaboradores são incentivados a participarem de projetos sociais e ambientais?	X		
24	Os colaboradores são incentivados a interagir-se internamente?	X		
25	Os colaboradores são incentivados a aplicar a consciência ambiental fora do ambiente de trabalho?	X		
26	Os colaboradores participam do planejamento da rede de supermercados?	X		
27	Os colaboradores participam de cursos ambientais voltados à gestão ambiental corporativa?	X		
28	Os colaboradores recebem treinamento ambiental de qualquer tipo?	X		
29	Os colaboradores recebem treinamentos para operarem máquinas com tecnologias de ponta?	X		
30	Os colaboradores recebem prêmios e gratificações de acordo com seu desempenho a respeito de práticas especificamente ambientais?	X		
31	Os colaboradores são promovidos internamente de acordo com suas rentabilidades e especialidades?	X		
32	Os colaboradores são promovidos externamente (para outros supermercados da rede) de acordo com suas rentabilidades e especialidades?		X	
33	Os colaboradores, ao serem contratados, são recebidos com palestras a respeito da posição sócio-ambiental do supermercado?	X		
34	Os colaboradores têm acesso fácil aos gerentes e diretores?	X		
35	A gerência e a diretoria possuem conhecimentos das práticas ambientais adotadas por outros supermercados?	X		
36	A gerência e a diretoria participam de cursos ambientais voltados à gestão ambiental corporativa?	X		
37	A gerência e a diretoria compartilham práticas ambientais entre os supermercados da rede?	X		
CRITÉRIO III - RESPONSABILIDADE SÓCIO – AMBIENTAL				
38	O supermercado possui coleta seletiva de lixo?	X		
39	O supermercado utiliza material reciclado nos seus escritórios?	X		
40	O supermercado incentiva a utilização correta de recursos naturais pelos seus colaboradores?	X		
41	O supermercado desenvolve conscientização ambiental para seu público interno e externo?	X		
42	O supermercado já obteve benefícios e/ou premiações pela atuação na valorização do meio ambiente ou projetos sociais?	X		
43	O supermercado possui gastos com pesquisas e desenvolvimento de projetos sociais e/ou ambientais?	X		

44	O supermercado possui multas e indenizações sócio-ambientais?		X	
45	O supermercado tem auferido receitas relativas à valorização do Social?	X		
46	O supermercado paga taxas, contribuições e demais gastos relacionados com a área sócio - ambiental?	X		
47	O supermercado apóia projetos sociais / ambientais?	X		
48	O supermercado mantém parcerias com as comunidades locais dos seus estabelecimentos?	X		
49	O supermercado realiza pesquisas para conhecer a satisfação dos seus clientes?	X		
50	O supermercado cede seus colaboradores para realizarem serviços comunitários?	X		
51	O supermercado dá preferência para a compra de produtos ecologicamente corretos?	X		
52	O supermercado possui mais de 30% de produtos ecologicamente corretos?	X		
53	O supermercado permite a exposição de produtos ecológicos por profissionais formados na área ambiental?	X		
CRITÉRIO IV - DISPONIBILIDADE DE CAPITAL				
54	Existe capital próprio disponível para investimentos em gestão sócio - ambiental?	X		
55	Existem restrições cadastrais ou legais para a concessão de empréstimos para investimentos em gestão sócio-ambiental?		X	
56	O supermercado possui bens em uso no processo de proteção, controle, preservação e recuperação ambiental?		X	
57	O supermercado paga multas e indenizações por falhas operacionais, como infração à legislação ou direito de terceiros?		X	
58	O supermercado paga multas e indenizações por acidentes ambientais; perdas por exposição de pessoas e bens à poluição?		X	
59	O supermercado é ré em alguma ação judicial referente à poluição ambiental, acidentes ambientais e/ou indenizações trabalhistas?		X	
60	Existe aplicação financeira em projetos ambientais?	X		
61	O supermercado acredita numa vantagem competitiva no mercado com a valorização da questão ambiental?	X		
CRITÉRIO V - CONTABILIDADE E AUDITORIA AMBIENTAL				
<i>Ativo Circulante</i>				
62	O supermercado possui títulos a receber?	X		
63	O supermercado possui outros créditos a receber?		X	
<i>Ativo Realizável a Longo Prazo</i>				
64	O supermercado possui títulos a receber?		X	
65	O supermercado possui outros créditos a receber?		X	
66	O supermercado possui bens em uso no processo de proteção, controle, preservação e recuperação ambiental?	X		
67	O supermercado possui demais elementos do ativo permanente?	X		
68	O supermercado possui gastos com pesquisas e desenvolvimento de tecnologias ambientais?		X	
69	O supermercado possui passivos ambientais, relativos a empréstimos e financiamentos de investimentos na gestão ambiental?		X	
70	O supermercado possui multas e indenizações ambientais?		X	

71	O supermercado possui salários e encargos de especialistas da área ambiental?		X	
72	O supermercado possui passivos ambientais, relativos a empréstimos e financiamentos de investimentos na gestão ambiental a LP?		X	
73	O supermercado possui multas e indenizações ambientais a LP?		X	
74	O supermercado possui reservas para contingências de natureza ambiental?		X	
75	O supermercado tem auferido receitas relativas a valorização do meio ambiente?		X	
76	Os custos de vendas são superiores as receitas?	X		
77	Os custos de vendas atingem 50% das receitas?			X
78	Os custos de vendas são inferiores a 50% das receitas?			X
79	Existe consumo de recursos para controle, preservação, proteção ambiental e perda acelerada decorrente de exposição de bens à poluição?		X	
80	O lucro bruto tem aumentado no último período?			X
81	O supermercado paga honorários de profissionais especializados?	X		
82	O supermercado paga taxas, contribuições e demais gastos relacionados com a área ambiental?	X		
83	O supermercado pagou multas e indenizações por falhas operacionais, como infração à legislação ou direito de terceiros?		X	
84	O supermercado pagou multas e indenizações por acidentes ambientais; perdas por exposição de pessoas e bens à poluição?		X	
CRITÉRIO VI - EXECUÇÃO DO SERVIÇO				
85	A prestação de serviços situam-se em um mercado de alta concorrência?	X		
86	O supermercado têm programas de fidelidade para com seus clientes?	X		
87	O programa de fidelidade com o cliente distribui mudas de árvores?	X		
88	O supermercado assume a responsabilidade pela reciclagem dos seus produtos usados?	X		
89	O supermercado possui um sistema de tratamento dos seus resíduos internos?	X		
90	O supermercado comercializa seus resíduos?	X		
91	As caixas de papel e papelão recebidas nas compras das mercadorias são recicladas?	X		
92	Os gases utilizados nas câmaras de refrigeração do setor de açougue, de panificação e de frios é ambientalmente viável?	X		
93	Existe algum programa de racionalização de água dentro do supermercado?	X		
94	O supermercado procura conscientizar seus clientes sobre a preservação do meio ambiente?	X		
95	O supermercado concentra suas compras em uma unidade distribuidora para a rede de supermercados?	X		
96	O supermercado possui seguro contra acidentes ambientais causados pela empresa?	X		
97	O supermercado trabalha com conscientização ecológica no público infantil durante as compras dos pais e mães?	X		
98	O supermercado promove concursos ambientais voltados a seus clientes?	X		
99	O supermercado comercializa hortifrutigranjeiros orgânicos?	X		
100	São comercializados alimentos hidropônicos (alimentos tratados com água e nutrientes especiais)?	X		
101	Os alimentos hortifrutigranjeiros não comercializados diariamente são doados para alguma instituição social?	X		

102	Os eletros e importados comercializados são ambientalmente viáveis?			X
103	O setor de açougue é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	X		
104	O setor de frios é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	X		
105	O setor de panificação é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	X		
106	O setor de congelados é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	X		
107	O serviço de tele-entrega é acompanhado por um setor de logística?	X		
108	As sacolas utilizadas para as compras dos clientes é retornável?	X		

Fonte: Adaptado de Leripio (2001) e Pfitscher (2004) (*apud* SILVA, 2008)

APÊNDICE C

Lista de verificação após a classificação do pesquisador.

Nome: Márcia Bonett e Cristiane Saqueti

Cargo: Assessora de *Marketing* e Gerente de *Marketing*

Formação: Pós-graduada em *Marketing*

Nº	QUESTÕES	SIM	NÃO	NÃO SE ADAPTA
CRITÉRIO I - FORNECEDORES				
1	O supermercado informa a seus fornecedores suas metas, valores e código de conduta?	A		
2	Os principais fornecedores do supermercado são certificados pelas normas ambientais ISO 14001?	A		
3	Os fornecedores são monopolistas no mercado?		A	
4	Os fornecedores apresentam preocupação com o meio ambiente?	A		
5	Os fornecedores dão garantias de qualidade dos produtos?	A		
6	Os fornecedores dão garantias de segurança dos produtos?	A		
7	Os fornecedores do supermercado se obrigam a reciclar os seus produtos usados?		D	
8	A segurança do transporte e da manutenção dos abastecimentos do supermercado obedece a normas?	A		
9	O controle na recepção das compras obedece a normas precisas quanto ao meio ambiente?	A		
10	O armazenamento das compras obedece a normas precisas quanto ao meio ambiente?	A		
11	Os alimentos perecíveis estão sujeitas a uma data-limite de utilização?	A		
12	A prestação de serviço, demanda a utilização de recursos não renováveis?		A	
13	O controle de qualidade presente no supermercado engloba normas de avaliação do impacto sobre o meio ambiente?	A		
14	As normas de segurança e meio ambiente são rigorosamente respeitadas pelos colaboradores?	A		
15	A alta administração se mostra efetivamente comprometida com a gestão ambiental?	A		
16	O corpo gerencial se apresenta efetivamente comprometido com a gestão ambiental?	A		
17	A mão de obra empregada é altamente especializada, também na parte ambiental?	A		
CRITÉRIO II - COLABORADORES				

18	O supermercado informa a seus colaboradores suas metas, valores e códigos de conduta?	A		
19	O supermercado oferece a seus colaboradores cursos profissionalizantes / nível superior na área ambiental?	A		
20	O supermercado realiza frequentemente pesquisa de satisfação de seus colaboradores?	A		
21	Os colaboradores possuem conhecimento da preocupação ambiental do supermercado?	A		
22	Os colaboradores possuem conhecimento do modelo de gestão ambiental aplicado no supermercado?	A		
23	Os colaboradores são incentivados a participarem de projetos sociais e ambientais?	A		
24	Os colaboradores são incentivados a interagir-se internamente?	A		
25	Os colaboradores são incentivados a aplicar a consciência ambiental fora do ambiente de trabalho?	A		
26	Os colaboradores participam do planejamento da rede de supermercados?	A		
27	Os colaboradores participam de cursos ambientais voltados à gestão ambiental corporativa?	A		
28	Os colaboradores recebem treinamento ambiental de qualquer tipo?	A		
29	Os colaboradores recebem treinamentos para operarem máquinas com tecnologias de ponta?	A		
30	Os colaboradores recebem prêmios e gratificações de acordo com seu desempenho a respeito de práticas especificamente ambientais?	A		
31	Os colaboradores são promovidos internamente de acordo com suas rentabilidades e especialidades?	A		
32	Os colaboradores são promovidos externamente (para outros supermercados da rede) de acordo com suas rentabilidades e especialidades?		D	
33	Os colaboradores, ao serem contratados, são recebidos com palestras a respeito da posição sócio-ambiental do supermercado?	A		
34	Os colaboradores têm acesso fácil aos gerentes e diretores?	A		
35	A gerência e a diretoria possuem conhecimentos das práticas ambientais adotadas por outros supermercados?	A		
36	A gerência e a diretoria participam de cursos ambientais voltados à gestão ambiental corporativa?	A		
37	A gerência e a diretoria compartilham práticas ambientais entre os supermercados da rede?	A		
CRITÉRIO III - RESPONSABILIDADE SÓCIO - AMBIENTAL				
38	O supermercado possui coleta seletiva de lixo?	A		
39	O supermercado utiliza material reciclado nos seus escritórios?	A		
40	O supermercado incentiva a utilização correta de recursos naturais pelos seus colaboradores?	A		
41	O supermercado desenvolve conscientização ambiental para seu público interno e externo?	A		
42	O supermercado já obteve benefícios e/ou premiações pela atuação na valorização do meio ambiente ou projetos sociais?	A		
43	O supermercado possui gastos com pesquisas e desenvolvimento de projetos sociais e/ou ambientais?	A		

44	O supermercado possui multas e indenizações sócio-ambientais?		A	
45	O supermercado tem auferido receitas relativas à valorização do Social?	A		
46	O supermercado paga taxas, contribuições e demais gastos relacionados com a área sócio - ambiental?	A		
47	O supermercado apóia projetos sociais / ambientais?	A		
48	O supermercado mantém parcerias com as comunidades locais dos seus estabelecimentos?	A		
49	O supermercado realiza pesquisas para conhecer a satisfação dos seus clientes?	A		
50	O supermercado cede seus colaboradores para realizarem serviços comunitários?	A		
51	O supermercado dá preferência para a compra de produtos ecologicamente corretos?	A		
52	O supermercado possui mais de 30% de produtos ecologicamente corretos?	A		
53	O supermercado permite a exposição de produtos ecológicos por profissionais formados na área ambiental?	A		
CRITÉRIO IV - DISPONIBILIDADE DE CAPITAL				
54	Existe capital próprio disponível para investimentos em gestão sócio - ambiental?	A		
55	Existem restrições cadastrais ou legais para a concessão de empréstimos para investimentos em gestão sócio-ambiental ?		A	
56	O supermercado possui bens em uso no processo de proteção, controle, preservação e recuperação ambiental?		D	
57	O supermercado paga multas e indenizações por falhas operacionais, como infração à legislação ou direito de terceiros?		A	
58	O supermercado paga multas e indenizações por acidentes ambientais; perdas por exposição de pessoas e bens à poluição?		A	
59	O supermercado é ré em alguma ação judicial referente à poluição ambiental, acidentes ambientais e/ou indenizações trabalhistas?		A	
60	Existe aplicação financeira em projetos ambientais?	A		
61	O supermercado acredita numa vantagem competitiva no mercado com a valorização da questão ambiental?	A		
CRITÉRIO V - CONTABILIDADE E AUDITORIA AMBIENTAL				
	<i>Ativo Circulante</i>			
62	O supermercado possui títulos a receber?	A		
63	O supermercado possui outros créditos a receber?		D	
	<i>Ativo Realizável a Longo Prazo</i>			
64	O supermercado possui títulos a receber?		D	
65	O supermercado possui outros créditos a receber?		D	
66	O supermercado possui bens em uso no processo de proteção, controle, preservação e recuperação ambiental?	A		
67	O supermercado possui demais elementos do ativo permanente?	A		
68	O supermercado possui gastos com pesquisas e desenvolvimento de tecnologias ambientais?		D	
69	O supermercado possui passivos ambientais, relativos a empréstimos e financiamentos de investimentos na gestão ambiental?		A	
70	O supermercado possui multas e indenizações ambientais?		A	

71	O supermercado possui salários e encargos de especialistas da área ambiental?		D	
72	O supermercado possui passivos ambientais, relativos a empréstimos e financiamentos de investimentos na gestão ambiental a LP?		A	
73	O supermercado possui multas e indenizações ambientais a LP?		A	
74	O supermercado possui reservas para contingências de natureza ambiental?		D	
75	O supermercado tem auferido receitas relativas a valorização do meio ambiente?		D	
76	Os custos de vendas são superiores as receitas?	A		
77	Os custos de vendas atingem 50% das receitas?			X
78	Os custos de vendas são inferiores a 50% das receitas?			X
79	Existe consumo de recursos para controle, preservação, proteção ambiental e perda acelerada decorrente de exposição de bens à poluição?		A	
80	O lucro bruto tem aumentado no último período?			X
81	O supermercado paga honorários de profissionais especializados?	A		
82	O supermercado paga taxas, contribuições e demais gastos relacionados com a área ambiental?	A		
83	O supermercado pagou multas e indenizações por falhas operacionais, como infração à legislação ou direito de terceiros?		A	
84	O supermercado pagou multas e indenizações por acidentes ambientais; perdas por exposição de pessoas e bens à poluição?		A	
CRITÉRIO VI - EXECUÇÃO DO SERVIÇO				
85	A prestação de serviços situam-se em um mercado de alta concorrência?	D		
86	O supermercado têm programas de fidelidade para com seus clientes?	A		
87	O programa de fidelidade com o cliente distribui mudas de árvores?	A		
88	O supermercado assume a responsabilidade pela reciclagem dos seus produtos usados?	A		
89	O supermercado possui um sistema de tratamento dos seus resíduos internos?	A		
90	O supermercado comercializa seus resíduos?	A		
91	As caixas de papel e papelão recebidas nas compras das mercadorias são recicladas?	A		
92	Os gases utilizados nas câmaras de refrigeração do setor de açougue, de panificação e de frios é ambientalmente viável?	A		
93	Existe algum programa de racionalização de água dentro do supermercado?	A		
94	O supermercado procura conscientizar seus clientes sobre a preservação do meio ambiente?	A		
95	O supermercado concentra suas compras em uma unidade distribuidora para a rede de supermercados?	A		
96	O supermercado possui seguro contra acidentes ambientais causados pela empresa?	A		
97	O supermercado trabalha com conscientização ecológica no público infantil durante as compras dos pais e mães?	A		
98	O supermercado promove concursos ambientais voltados a seus clientes?	A		
99	O supermercado comercializa hortifrutigranjeiros orgânicos?	A		
100	São comercializados alimentos hidropônicos (alimentos tratados com água e nutrientes especiais)?	A		
101	Os alimentos hortifrutigranjeiros não comercializados diariamente, são doados para alguma instituição social?	A		

102	Os eletros e importados comercializados são ambientalmente viáveis?			X
103	O setor de açougue é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	A		
104	O setor de frios é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	A		
105	O setor de panificação é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	A		
106	O setor de congelados é inspecionado pela vigilância sanitária regularmente?	A		
107	O serviço de tele-entrega é acompanhado por um setor de logística?	A		
108	As sacolas utilizadas para as compras dos clientes são retornáveis?	A		

Fonte: Adaptado de Leriopio (2001) e Pfitscher (2004) (*apud* SILVA, 2008)

ANEXOS

ANEXO A

Lista de verificação de uma empresa beneficiadora.

Nº	QUESTÕES	SIM	NÃO	NÃO SE ADAPTA
CRITÉRIO I - FORNECEDORES				
1	As matérias primas utilizadas são oriundas de recursos renováveis?			
2	Os fornecedores possuem monopólio do mercado?			
3	Os fornecedores apresentam processos produtivos que causam impacto ao meio ambiente e aos seres humanos?			
4	Para a extração/transporte/processamento/distribuição da matéria prima demanda grande consumo de energia?			
5	O cultivo de arroz obedece a normas do IBD?			
6	Os fornecedores estão comprometidos com o meio ambiente?			
7	Existe produção continuada e atividades acessórias, que agregam valor a propriedade rural fornecedora?			
8	Os principais fornecedores da organização são certificados pelas normas ambientais ISO 14001?			
9	Os fornecedores dão garantias de qualidade?			
10	Os fornecedores dão garantias de segurança?			
11	As compras da empresa só incluem produtos/serviços recicláveis?			
12	Os fornecedores da empresa se obrigam a reciclar os seus produtos usados?			
13	A segurança do transporte e da manutenção dos abastecimentos da empresa obedece a normas?			
14	O controle na recepção das compras obedece a normas precisas quanto ao meio ambiente?			
15	O armazenamento das compras obedece a normas precisas quanto ao meio ambiente?			
16	As compras perecíveis estão sujeitas a uma data-limite de utilização?			
CRITÉRIO II - PROCESSO PRODUTIVO E PRESTAÇÃO DE SERVIÇO				
	a) ECO-EFICIÊNCIA DO PROCESSO PRODUTIVO E DO SERVIÇO PRESTADO			
17	Os processos produtivos são poluentes ou potencialmente poluidores?			
18	Ocorre a geração de resíduos perigosos durante o processamento do produto?			
19	O processo produtivo é responsável por um alto consumo de energia?			
20	A organização atende integralmente as normas relativas à saúde e segurança dos colaboradores internos e externos?			
21	Existe na empresa, um manual de segurança interna, que acompanha os processos produtivos?			
22	A empresa avalia o impacto dos processos produtivos sobre o quadro biogeológico da sua região?			

23	A classificação do arroz convencional e ecológica é devidamente controlada?			
24	O controle de qualidade quanto a umidades, impurezas e avariados é devidamente verificado?			
25	Existe geração de resíduos durante o beneficiamento do produto?			
26	Na etapa de pré-limpeza existe controle dos resíduos gerados?			
27	Os resíduos gerados são reaproveitados na empresa?			
28	Os resíduos são vendidos?			
29	Existe conhecimento do que as empresas compradoras fazem com os resíduos (palha)?			
30	A organização atende integralmente as normas relativas à saúde e segurança dos colaboradores internos e externos?			
31	No armazenamento existe distinção entre lotes advindos das propriedades?			
	b) NÍVEL DE TECNOLOGIA UTILIZADA			
32	A tecnologia, no processo produtivo, apresenta viabilidade somente para a grande escala de funcionamento?			
33	A tecnologia apresenta viabilidade em todo o processo desde o cultivo na lavoura até o beneficiamento somente para a grande escala de funcionamento?			
34	A tecnologia, no processo produtivo, apresenta grau de complexidade elevado?			
35	A tecnologia, na prestação de serviço, apresenta grau de complexidade elevado?			
36	A tecnologia, no processo produtivo, apresenta alto índice de automação (demanda uma baixa densidade de capital e trabalho)?			
37	A tecnologia, na prestação de serviço, apresenta alto índice de automação (demanda uma baixa densidade de capital e trabalho)?			
38	A tecnologia, no processo produtivo, demanda a utilização de insumos e matérias primas perigosos?			
39	A tecnologia, na prestação de serviço, demanda a utilização de insumos e matérias primas perigosos?			
40	A tecnologia, no processo produtivo, demanda a utilização de recursos não renováveis?			
41	A tecnologia, na prestação de serviço, demanda a utilização de recursos não renováveis?			
42	A tecnologia, no processo produtivo, é autóctone (capaz de ser desenvolvida, mantida e aperfeiçoada com recursos próprios)?			
43	A tecnologia, na prestação de serviço, é autóctone (capaz de ser desenvolvida, mantida e aperfeiçoada com recursos próprios)?			
44	A tecnologia, no processo produtivo, apresenta uma dependência da organização em relação a algum fornecedor ou parceiro?			
45	A tecnologia, na prestação de serviço, apresenta uma dependência da organização em relação a algum fornecedor ou parceiro?			
	c) ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTAIS DO PROCESSO			
46	Durante o processo de beneficiamento existe controle da poluição?			
47	Existe um alto consumo de água no processo de beneficiamento?			
48	Existe um alto consumo de água total na organização			
49	Existe conhecimento da contaminação do solo pelos administradores?			
50	A fonte hídrica utilizada é comunitária?			
51	Existe algum reaproveitamento de água no processo?			

52	Há controle por parte da empresa para amenizar a poeira causada durante o processo?			
53	Há controle por parte da empresa para amenizar a poluição sonora?			
54	Os padrões legais referentes ao processo são integralmente atendidos?			
55	São gerados efluentes perigosos durante o processo?			
56	Os padrões legais referentes a efluentes líquidos são integralmente atendidos?			
57	São gerados resíduos sólidos perigosos durante o processo produtivo?			
58	Os padrões legais referentes a resíduos sólidos são integralmente atendidos?			
59	Existe algum tipo de reaproveitamento de resíduos sólidos no processo?			
60	Existe algum resíduo gerado passível de valorização em outros processos produtivos?			
61	Existe algum tipo de reaproveitamento de papel e outros no processo?			
62	São utilizados gases estufa no processo produtivo?			
63	São utilizados gases ozônio no processo produtivo?			
64	O controle de qualidade engloba normas de avaliação do impacto sobre o meio ambiente?			
65	Existe na empresa um plano de prevenção em caso de incidente grave?			
66	As normas de segurança e meio ambiente são rigorosamente respeitadas pelos funcionários?			
	d) RECURSOS HUMANOS NA ORGANIZAÇÃO			
67	A alta administração se mostra efetivamente comprometida com a gestão ambiental?			
68	O corpo gerencial se apresenta efetivamente comprometido com a gestão ambiental?			
69	A mão de obra empregada é altamente especializada, também em contabilidade ambiental?			
70	Os colaboradores estão voltados a inovações tecnológicas?			
71	A criatividade é um dos pontos fortes da organização e de seus colaboradores?			
72	Existe uma política de valorização do capital intelectual?			
73	A organização oferece participação nos lucros ou outras formas de motivação aos colaboradores?			
74	Os novos produtos desenvolvidos possuem longos ciclos de desenvolvimento?			
75	Existe algum acompanhamento da área de Recursos Humanos com a Contabilidade Ambiental?			
	e) DISPONIBILIDADE DE CAPITAL			
76	Existe capital próprio disponível para investimentos em gestão ambiental?			
77	Existem restrições cadastrais ou legais para a concessão de empréstimos para investimentos em gestão ambiental?			
78	A organização apresenta lucro operacional na rubrica gerenciamento de resíduos?			
CRITÉRIO III - INDICADORES CONTÁBEIS				
	a) INDICADORES AMBIENTAIS DE BENS E DEBITOS E OBRIGAÇÕES			
79	Os estoques de insumos ambientais estão devidamente listados?			
80	A empresa possui títulos a receber?			
81	A empresa possui outros créditos a receber?			

	Ativo Realizável a Longo Prazo			
82	Os estoques de insumos ambientais estão devidamente listados?			
83	A empresa possui títulos a receber?			
84	A empresa possui outros créditos a receber?			
85	A empresa possui bens em uso no processo de proteção, controle, preservação e recuperação ambiental?			
86	A empresa possui demais elementos do ativo permanente?			
87	A empresa possui gastos com pesquisas e desenvolvimento de tecnologias ambientais?			
88	A empresa possui passivos ambientais, relativos a empréstimos e financiamentos de investimentos na gestão ambiental?			
89	A empresa possui multas e indenizações ambientais?			
90	A empresa possui salários e encargos de especialistas da área ambiental?			
91	A empresa possui passivos ambientais, relativos a empréstimos e financiamentos de investimentos na gestão ambiental a LP?			
92	A empresa possui multas e indenizações ambientais a LP?			
93	A empresa possui reservas para contingências de natureza ambiental?			
	b) INDICADORES AMBIENTAIS DE CONTAS DE RESULTADO			
94	A empresa tem auferido receitas relativas a valorização do meio ambiente?			
95	Os custos de produção são superiores as receitas?			
96	Os custos de produção atingem 50% das receitas?			
97	Os custos de produção são inferiores a 50% das receitas?			
98	Existe consumo de recursos para controle, preservação, proteção ambiental e perda acelerada decorrente de exposição de bens à poluição?			
99	O consumo de recursos para controle, preservação, proteção ambiental e perda acelerada decorrente de exposição de bens à poluição tem se mantido constante?			
100	O lucro bruto tem aumentado no último período?			
101	A empresa paga honorários de profissionais especializados?			
102	A empresa paga taxas, contribuições e demais gastos relacionados com a área ambiental?			
103	A empresa paga multas e indenizações por falhas operacionais, como infração à legislação ou direito de terceiros?			
104	A empresa paga multas e indenizações por acidentes ambientais; perdas por exposição de pessoas e bens à poluição?			
	c) INDICADORES DE DEMONSTRAÇÃO AMBIENTAL ESPECÍFICA			
105	Existe aquisição de estoques (parcela ainda não consumida)?			
106	Existe aquisição de imobilizados?			
107	A empresa paga insumos utilizados para redução dos impactos ambientais?			
108	A empresa possui custos relativos a adaptação à legislação?			
109	A empresa possui gastos com divulgação na área ambiental?			
110	A empresa possui redução de refugos?			
111	A empresa possui economia de energia elétrica?			
112	A empresa possui economia em transportes?			
113	A empresa possui economia de matérias primas?			

114	A empresa possui economia de gastos com pessoal? (saúde, improdutividade, absenteísmo, etc.).			
115	A empresa possui grande quantidade de resíduo que causam impacto?			
CRITÉRIO IV - INDICADORES GERENCIAIS				
116	A organização está submetida a um a intensa fiscalização por parte dos órgãos ambientais municipais, estaduais e federais?			
117	A empresa já obteve benefícios e/ou premiações pela atuação na valorização do meio ambiente?			
118	A organização é ré em alguma ação judicial referente à poluição ambiental, acidentes ambientais e/ou indenizações trabalhistas?			
119	Já ocorreram reclamações sobre aspectos e impactos do processo produtivo por parte da comunidade?			
120	Em caso afirmativo, foram tomadas ações corretivas e/ou preventivas para a resolução do problema?			
121	Ocorreram acidentes ou incidentes ambientais no passado?			
122	Em caso afirmativo, os acidentes ou incidentes foram resolvidos de acordo com as expectativas das partes interessadas?			
123	Os acidentais ou incidentes foram documentados e registrados em meio adequado?			
124	A empresa possui um Sistema de Gestão Ambiental?			
125	São realizados investimentos sistemáticos em proteção ambiental?			
126	A empresa trabalha com custos ambientais de prevenção?			
127	A empresa trabalha com custos ambientais de avaliação?			
128	Existe controle das falhas internas e externas da administração da beneficiadora?			
129	A avaliação de todo o processo é realizada mensalmente?			
130	A avaliação de todo o processo é realizada trimestralmente?			
131	Existe alguma forma de controle dos investimentos realizados na contabilidade ambiental?			
132	A empresa tem algum retorno com resíduos no processo produtivo e na prestação de serviço?			
133	Os retornos dos investimentos em meio ambiente são satisfatórios?			
134	Existe aplicação financeira em projetos ambientais?			
135	A empresa acredita numa vantagem competitiva no mercado com a valorização da questão ambiental?			
CRITÉRIO V - UTILIZAÇÃO DO PRODUTO				
136	O consumidor tradicional do produto tem disponibilidade de algum serviço sobre questionamentos da qualidade do produto?			
137	O produto é perigoso ou requer atenção e cuidados por parte do usuário?			
138	A utilização do produto ocasiona impacto ou risco potencial ao meio ambiente e aos seres humanos?			
139	O produto situa-se em um mercado de alta concorrência?			
140	O produto possui substitutos no mercado ou em desenvolvimento?			
141	O produto apresenta consumo por ser artigo de primeira necessidade?			
142	O produto apresenta características de alta durabilidade?			

CRITÉRIO VI - UTILIZAÇÃO DO SERVIÇO				
143	O consumidor tradicional do serviço apresenta alta consciência e nível de esclarecimento ambiental?			
144	O serviço requer atenção e cuidados por parte do usuário?			
145	A utilização do serviço ocasiona impacto ou risco potencial ao meio ambiente e aos seres humanos?			
146	Os serviços situam-se em um mercado de alta concorrência?			
147	Os serviços apresentam um mínimo necessário de embalagem?			
CRITÉRIO VII - SERVIÇO PÓS-VENDA				
148	O produto, gerado com o serviço, após sua utilização pode ser reutilizado ou reaproveitado?			
149	O produto, gerado com o serviço, após sua utilização pode ser desmontado para reciclagem e/ou reutilização?			
150	O produto, gerado com o serviço, após sua utilização pode ser reciclado no todo ou em parte?			
151	O produto, gerado com o serviço, após sua utilização apresenta facilidade de biodegradação e decomposição?			
152	O produto, gerado com o serviço, após sua utilização apresenta periculosidade?			
153	O produto, gerado com o serviço, após sua utilização requer cuidado adicional para proteção do meio ambiente?			
154	O produto, gerado com o serviço, após sua utilização gera empregos e renda na sociedade?			
155	A empresa assume a responsabilidade pela recuperação dos seus produtos usados?			
156	A empresa assume a responsabilidade pela reciclagem dos seus produtos usados?			
157	A empresa possui um sistema de tratamento dos seus resíduos?			
158	A empresa possui um sistema de tratamento de seus efluentes?			
159	A empresa possui subprodutos do beneficiamento de arroz?			
160	A empresa possui utilização dos resíduos do arroz?			
161	A empresa comercializa os resíduos do arroz?			

Fonte: Adaptado de Lerípio (2001, *apud* PFITSCHER, 2004)

ANEXO B

Histórico da empresa fornecido ao pesquisador por e-mail.

HIPPO SUPERMERCADOS

Hippo Supermercados, um Grande Amigo.

O cliente é a razão de tudo. É a ele que o Hippo dedica seu trabalho, com ações planejadas e atendimento diferenciado.

O Hippo Supermercados está localizado na região central de Florianópolis, uma área nobre conhecida como o coração da ilha. Foi neste lugar que, em 1997, o Hippo nasceu e percorreu um caminho cheio de conquistas e desafios, fazendo uma história de sucesso, marcada pela dedicação, coragem e a vontade dos seus Administradores.

Hoje, o Hippo Supermercados é referência em Santa Catarina devido às inúmeras vezes em que saiu na frente. Implantou projetos pioneiros, investiu, inovou sem parar, com muito cuidado em cada detalhe. É por isso que o Hippo é assim, pequeno em tamanho, mas grande de pensamento e ações.

Ambiente aconchegante, em uma área de 1.050 m², excelência no atendimento, com um *mix* de produtos que atendem ao máximo os hábitos dos seus mais de sete mil clientes fiéis. Estes diferenciais tornam o Hippo um supermercado de toda hora, um ponto de encontro, onde o cliente sente prazer em realizar suas compras.

Diretores e colaboradores estão sempre atentos às necessidades dos clientes.

Pioneirismo sempre fez parte da história do Hippo Supermercados. O Hippo não só saiu na frente como a cada dia aperfeiçoa mais cada uma destas ações:

Os produtos *Light* e *Diet* que têm um grande espaço em suas gôndolas.

O Serviço Delivery, vendas via 0800 e Internet com entrega em Florianópolis, São José, Palhoça e Biguaçu.

Produtos Orgânicos, um setor completo não só de frutas e verduras como também café, açúcar, trigo e farinhas.

O Hippo também foi o primeiro Supermercado Catarinense a receber a aprovação pelo Serviço de Inspeção Estadual para poder manipular produtos de origem animal dentro do estabelecimento.

Segurança alimentar, tanto no Restaurante como em todos os produtos fabricados e comercializados no Hippo têm controle de um departamento nutricional específico.

Alimentos Funcionais, uma nova tendência no mercado alimentício já tem forte presença nas gôndolas do Hippo.

Entre estas ações pioneiras, merece destaque a de maior alcance social, a fabricação com marca própria de mais de trinta e cinco produtos sem glúten, dentre eles, pizzas, tortas, pães, biscoitos e salgados.

Por estes serviços o Hippo tem recebido encomendas de todo País, principalmente em datas como natal e fim de ano.

Comprometimento igual está presente no Restaurante do Hippo. Produção própria que atende a mais de seiscentas refeições diárias, com um cardápio balanceado, acompanhado, assim como os outros setores, por um rigoroso controle do departamento de Nutrição.

Uma relação de respeito e comprometimento faz com que o Hippo esteja cada vez mais junto à comunidade em que está inserido.

ANEXO C

Prêmios e práticas ambientais da empresa (fornecido ao pesquisador por e-mail):

Prêmio de Ecologia

O Hippo Supermercados conquistou o Prêmio Expressão de Ecologia 2004, na categoria Controle da Poluição – Gestão de Resíduos Sólidos no Setor de Comércio e Serviços, com o case "Programa de Gerenciamento dos Resíduos Sólidos do Hippo Supermercados Ltda". O estabelecimento é o único da área de varejo supermercadista de Santa Catarina a fazer a reciclagem seletiva de todo o lixo produzido, inclusive o orgânico, e a fazer o recolhimento de pilhas e baterias para dar um destino final correto.

Gerenciamento de resíduos sólidos

Há cerca de dois anos, o Hippo Supermercados implantou um projeto de gerenciamento de resíduos sólidos. Antes do programa, 76% do lixo produzido pelo supermercado ia para o aterro sanitário de Florianópolis. Hoje, das 20 toneladas geradas mensalmente, 32% são recicláveis secos e 52% recicláveis orgânicos. O rejeito não aproveitável passou a ser de 16%.

O programa de reaproveitamento total de resíduos – orgânicos, recicláveis e de gordura saturada – além de cuidar do meio ambiente, também ajuda na inclusão social. O lixo orgânico é separado e encaminhado à Associação Orgânica de Florianópolis, numa parceria com a UFSC, onde é transformado em composto orgânico. A substância é doada a creches e associações que ensinam à comunidade como montar uma horta própria. O material reciclável é recolhido por um representante da Associação de Catadores de Materiais Recicláveis de Florianópolis, cuja renda é revertida para seus integrantes, geralmente moradores de áreas carentes do município. A gordura saturada – restos de frituras do restaurante, confeitaria e padaria – é embalada e recolhida pela Fazenda Esperança, uma organização que trabalha com a reabilitação de jovens viciados em tóxicos. O produto é utilizado na elaboração de sabão, gerando ocupação e renda. As pilhas e baterias são encaminhadas a uma empresa de São Paulo, que extrai os componentes químicos para obtenção de sais e óxidos metálicos utilizados em indústrias cerâmicas, refratárias, de colorifício cerâmico, de vidro e de química em geral.

Consciência ambiental

A legislação atual - o CONAMA, autoriza os estabelecimentos a jogarem as pilhas e baterias no lixo comum, mesmo sendo um produto altamente poluente. Mas, dentro da consciência ambiental de cada indivíduo, é preciso separar este tipo de lixo, considerado tóxico. O Hippo disponibiliza coletores onde as pessoas podem depositar as pilhas e baterias velhas. O supermercado recolhe e envia para São Paulo, onde elas recebem um tratamento diferenciado.

ANEXO D

Documento em formato de texto da campanha de dez anos da empresa, fornecido ao pesquisador por e-mail.

Peça: Audiovisual 10 Anos HIPPO
 Campanha: Aniversário 10 anos
 Título: Amizade de 10 anos é assim!

Áudio	Vídeo
<p><u>HIPPO 10 ANOS</u></p> <p>Os 10 anos que consolidaram tantos laços e presenciaram tantas emoções merecem ser recapitulados e comemorados. Essa é uma história cheia de conquistas e desafios, marcada pela dedicação, coragem e vontade dos seus fundadores e administradores.</p> <p>Após uma cisão de uma Rede de Supermercados, em 1997 os 3 irmãos <i>Estevão Jaime Salesio Saqueti</i> iniciam um novo Supermercado, o Hippo, com o objetivo de oferecer serviço e produtos diferenciados para os clientes.</p> <p>E foi assim com a vontade de vencer e de trabalhar da FAMILIA SAQUETI que surgiu a marca e o nome HIPPO Supermercados.</p> <p>Com o conceito de 'um grande amigo', utilizado desde a fundação até 2005, evoluindo junto com a logomarca para Seu Super Amigo que expressa a filosofia de trabalho e os diferenciais apresentados pela empresa.</p> <p>"Hippo". Um nome de fácil pronúncia e lembrança, além de ter sonoridade agradável e ser forte, pois remete ao animal hipopótamo que tem aspectos de grandiosidade. <i>O Hipopótamo também é reconhecido no continente africano</i> como símbolo de fidelidade. Na forma apresentada na logomarca, ele transmite simpatia e carinho, um AMIGO fiel.</p> <p>Assista agora o primeiro comercial do Hippo Supermercados que foi ao ar em agosto de 1997.</p> <p>Hoje são duas Lojas no Centro de Florianópolis e mais de 10 mil clientes fiéis conquistados através de um atendimento de excelência e de uma postura pioneira.</p> <p>Inovar sempre! Este foi o foco que a Família Saqueti se baseou para fazer do Hippo um Supermercado diferenciado em produtos e serviços.</p>	<p>Logo loja 1 e 2</p> <p>Fotos da fachada, fotos internas, as mais antigas que tiver.</p> <p>Foto ou imagem com nome Jaime Estevão e Salesio</p> <p>Logomarca</p> <p>As duas logos</p> <p>1º Comercial</p> <p>Fotos e imagens</p>

<p>Desde o início pensaram na qualidade de vida e na satisfação do cliente, através de um ambiente aconchegante, com um mix de produtos especiais e diferenciados. A seguir apresentaremos as inovações que mais se destacaram ao longo dos 10 anos do Hippo:</p> <p>- Foi o primeiro Supermercado a apostar no segmento dos Orgânicos. Criaram um setor completo de produtos orgânicos composto de frutas, verduras, produtos industrializados como: café, açúcar, trigo, farinhas entre outras. Uma ótima alternativa para uma postura de vida mais saudável</p> <p>- O HIPPO também foi o primeiro a lançar as vendas via Internet e via Telefone, proporcionando ao cliente a comodidade de receber suas compras em casa.</p> <p>Restaurante Foi o primeiro Supermercado a ter em sua produção própria um Restaurante que atende mais de 700 (setecentas) refeições diárias, com um cardápio balanceado, acompanhado por um rigoroso controle do departamento de Nutrição.</p> <p>Continuando com o Pioneirismo, o Hippo mais uma vez sai na frente, lança o SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor com colaboradores treinados e capacitados para atender prontamente todos seus clientes.</p> <p>Cartão Hippo – Este lançamento é usado para conhecer mais seus clientes, podendo assim oferecer vantagens, produtos e serviços de acordo com o gosto e desejo do Cliente Hippo.</p> <p>Mais inovações nos diferenciais do Hippo, pensando na qualidade de vida e saúde, para as pessoas com intolerância ao trigo, o Hippo lança no mercado mais de 35 produtos sem glúten, entre eles, pizzas, tortas, pães, biscoitos e salgados .</p> <p>Serviço de Inspeção Estadual O Hippo foi o primeiro Supermercado Catarinense a receber a aprovação pelo Serviço de Inspeção Estadual para poder manipular produtos de origem animal dentro do estabelecimento.</p> <p>Grupo Voluntário Amigo Desde 2002, um grupo de voluntários do Hippo Supermercados desenvolve ações que visam contribuir com instituições carentes da região de Florianópolis através de doações de roupas e alimentos, visitas e recreações. Para arrecadar doações, o grupo trabalha em busca de patrocinadores, realiza pedágios e vende camisetas com a marca do ‘Grupo’. Recentemente foram inaugurados dois ambientes do Lar São Vicente de Paulo reformados com a ajuda do ‘Voluntário Amigo’.</p> <p>Reciclagem O Hippo Supermercados é o primeiro supermercado de Santa</p>	<p>Inovar sempre! Data na tela 1997</p> <p>Imagens internas mostrando as seções Especiais.</p> <p>Setor orgânicos DATA NA TELA: 1997</p> <p>DATA NA TELA: 1998 Foto Site e do 0800 Equipe do Delivery. Fiorino e caminhão caracterizados.</p> <p>DATA NA TELA: 1998</p> <p>Imagens restaurantes Fotos do buffet Nutrição</p> <p>DATA NA TELA 1999 Equipe SAC</p> <p>DATA NA TELA 2001</p> <p>FotO DO CARTÃO</p> <p>DATA TELA: 2002 Imagens do setor Selos</p> <p>DATA TELA: 2002 SELO E IMAGEM AÇOUGUE Rótulos com o selo do S.I.E.</p>
--	---

<p>Catarina a implantar um programa de reaproveitamento total de resíduos – orgânicos, recicláveis e gordura saturada. Coleta de pilhas e baterias. Além de cuidar do meio ambiente, o programa também ajuda na inclusão social. Através do Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos, o Hippo ganhou o Prêmio <i>Expressão em Ecologia – Categoria Controle de Poluição</i>.</p>	<p>DATA TELA: 2002 IMAGENS E LOGO</p>
<p>DIGITAL Para facilitar ainda mais a vida dos clientes, foi implantado o sistema de identificação digital do cliente com Cartão Hippo, mesmo se ele estiver sem o cartão, pode fazer suas compras com as mesmas vantagens identificando-se através da digital.</p>	<p>DATA TELA: 2004 Imagem do troféu</p>
<p>MANOBRISTA Em janeiro deste ano foi implantado o serviço de Manobrista para evitar transtornos no estacionamento, agilizando o atendimento e facilitando a vida do cliente.</p>	
<p>COLABORADORES HIPPO NOSSO MAIOR PATRIMÔNIO</p>	
<p>O Hippo sempre investiu no bem-estar, crescimento e motivação dos seus funcionários. São diversas ações e programas realizados durante todo o ano que põem em prática esses princípios: Capacitações Técnicas; a Gincana de Segurança Alimentar; palestras; programas como o do Menor Aprendiz, que oportuniza aos jovens adquirirem experiência para o mercado de trabalho; atividades esportivas e de recreação, como a Copa Hippo, além das confraternizações de fim de ano, entre outros.</p>	<p>Data TELA: 2006</p> <p>DATA TELA: 2007 Imagens</p>
<p>Inclusão de portadores de necessidades especiais no ambiente de trabalho Através dessa inclusão, o Hippo busca difundir o espírito solidário entre os colaboradores e criar oportunidades para essas pessoas, o que gera um modelo sustentável de desenvolvimento para toda a sociedade.</p>	<p>Caracteres: COLABORADORES HIPPO NOSSO MAIOR PATRIMÔNIO</p>
<p>Agora vamos apresentar alguns colaboradores que expressam o que significa esse cuidado e carinho. São muitos... que estão há mais de 10 anos na empresa, que acreditam, valorizam e fazem a história do Hippo ser cada dia melhor.</p>	
<p>10 ANOS</p> <p>Hoje o Hippo quer agradecer a todos os que fazem parte dessa história e reforçar os laços de amizade e companheirismo!</p> <p>Para divulgar o aniversário, a campanha vai reforçar essa idéia de Amizade, transmitindo a importância de se ter alguém em quem confiar e que uma amizade se solidifica com o passar do tempo, com demonstrações de respeito e dedicação.</p>	<p>IMAGENS De todos com nome 45 pessoas</p>

Intensa. Saudável. Forte. Dedicada. Surpreendente. Especial. Transparente. Amizade de 10 anos é assim!	
---	--