

GESTÃO AMBIENTAL E CONDIÇÕES SANITÁRIAS: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE DOIS SUPERMERCADOS NA REGIÃO DE OURINHOS - SP

ENVIRONMENTAL ADMINISTRATION AND CONDITIONS HEALTH: A COMPARATIVE ANALYSIS AMONG TWO SUPERMARKETS IN THE AREA OF OURINHOS - SP

¹ARRUDA, R. T.; ²SAMPAIO, J. P. B.

¹ Discente Faculdades Integradas de Ourinhos/FIO – Curso Ciências Biológicas

² Docente Faculdades Integradas de Ourinhos/FIO – Curso Ciências Agrárias

RESUMO

O presente artigo relata sobre a gestão ambiental, onde tem ocorrido uma grande transformação no meio empresarial, tem como objetivo investigar as formas empregadas em Supermercados para a realização da gestão ambiental, proporcionando o consumo sustentável, além de disseminar a consciência dos clientes sobre ações que podem ser feitas para reduzir o impacto ambiental.

Os supermercados pesquisados possuem diferentes padrões econômicos em relação aos clientes, assim poderemos perceber qual classe social tem obtido melhor consciência ambiental, uma vez que os resíduos gerados futuramente estão à disposição dos clientes nas prateleiras dos supermercados, conseqüentemente a educação ambiental inserida no supermercado tem grande valia na região local, proporcionando um impacto global.

Palavra – chave: Supermercados, Gestão ambiental, Consumidor.

ABSTRACT

I SUMMARIZE THE present work tells on the environmental administration where it has been happening a great transformation in the business way, tends as objective investigates the employed forms in Supermarkets for the accomplishment of the environmental administration, providing the maintainable consumption besides disseminating the customers' conscience about actions that can be done to reduce the environmental impact.

The lifted up supermarkets in the present work possess different economical patterns in relation to the customers, we can notice like this which social class has been obtaining better environmental conscience, once the garbage`s generated hereafter are to the customers' disposition in the shelves of the supermarkets, consequently the environmental education inserted in the supermarket has great value in the local area providing a global impact.

Keywords: Supermarkets, Administration environmental, Consuming

INTRODUÇÃO

O homem é o grande transformador do ambiente natural (PHILLIPI, 2004).

A gestão ambiental e o desenvolvimento sustentável estão entre os assuntos mais discutidos mundialmente.

Na região de Ourinhos, foram estudados estabelecimentos categorizados de Supermercados com vendas alimentícias onde se encontra grande acesso a população local.

Em 1983, o secretário das Nações Unidas criou uma comissão especial para analisar os conflitos entre desenvolvimento econômico e análise ambiental (PENNA, 1999).

De acordo com Tauk (1995), a análise ambiental trata-se com problemas de impactos ou com preservações de unidades vivas, análise ambiental vem responder questões formuladas pelos órgãos ambientais e as duvidas dos cidadãos.

Os empresários brasileiros instituíram a Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável seu objetivo é desenvolver projetos e pesquisas para a preservação do meio ambiente e conscientização do empresariado (ANDRADE *et al.*, 2000).

Contudo, a análise ambiental no ponto de vista jurídico esta fundamentada no artigo 225, 1º , inciso IV, da Constituição Federal, determinando na forma lei, o Estudo Impacto Ambiental que é um procedimento analítico técnico – científico, realizado por equipe multidisciplinar com descrição de impactos ambientais (TAUK, 1995).

No Brasil varia de acordo com o porte, possuem políticas ambientais, e departamentos com funções específicas (ANDRADE *et al.*, 2000).

No caso Supermercados, o principal problema como empresas alimentícias, é de proporcionar um ambiente seguro principalmente na questão de higiene e contaminação por produtos tóxicos, se a empresa não estiver dentro das normas técnicas, podendo ser autuada no caso de irregularidades (VALENTE 2001).

Segundo Dario (2001) os supermercados setor significativo para a economia brasileira, são pouco estudados, em especial no aspecto ambiental.

De acordo com Ashley (2000), os Supermercados dentro de uma proposta ética, vêm priorizando a qualidade dos alimentos comercializados sem uso de agrotóxicos, minimizando o desperdício, a poluição assim sendo assegurando a qualidade alimentícia da população atual e diminuindo o impacto para as futuras gerações. Para que isso ocorra, deve-se investir em fornecedores qualificados e o principal: um canal de comunicação com o cliente informando que sua participação é fundamental para melhoria das condições ambientais locais e globais.

Epebaum (2004) demonstrou que a questão ambiental, envolve fatores socioeconômicos, desenvolvimento sustentável e marketing verde, são relevantes na competitividade e no sucesso empresarial. Assim a preocupação e conscientização

das partes interessadas apresentam resultados positivos com a inserção da gestão ambiental.

Assim o presente trabalho, tem como objetivo verificar a estrutura organizacional de dois supermercados da cidade de Ourinhos – São Paulo, Analisando o perfil do cliente consumidor em relação ao padrão sócio econômico e sua visão sobre a qualidade do ambiente. Também se propõe a verificar as condições de saúde e segurança nos dois estabelecimentos, consultando as políticas sócias ambientais.

MATERIAL E MÉTODOS

O presente trabalho foi realizado na escolha de dois Supermercados na cidade de Ourinhos – SP, diferenciados pelo padrão econômico. Realizou visitas aos Supermercados para a visualização e contato com a administração para realização do trabalho.

Desempenhou-se o levantamento da estrutura organizacional, levantamento da existência de uma política ambiental e aplicabilidade.

Foi posteriormente realizado diagnóstico ambiental no local, com fotos e descrição das conformidades ou inconformidades observadas. Assim foi realizada uma inspeção ambiental nas duas empresas, visando os aspectos de meio ambiente, saúde e segurança apresentando comparação fotos com utilização da Câmera Fotográfica digital modelo Mirage Fusion 5MP;

Foi elaborado questionário o qual configura o instrumento da pesquisa, com questões relativas ao conhecimento sobre análise ambiental e condições sanitárias.

O questionário destinado ao consumidor apresenta as seguintes questões: **1** - Possuem hábitos de comprar produtos recicláveis? **2** - Compra somente produtos que há necessidade? **3** - Há qualidade no Supermercado de escolha, como limpeza, boa aparência, incentivo pelo consumo sustentável? **4** - Contribui de alguma forma para a diminuição do impacto ambiental. Como separar o lixo? **5** - Têm consciência, da importância como consumidor final pela exigência de produtos menos agressivos ao ambiente? **6** - Percebe itens de segurança no Supermercado de escolha. Como extintores saída de incêndio? **7** – No ambiente do Supermercado, é notado nos funcionários o uso de touca, luvas, boqueiras, aventais? **8** - No

Supermercado de escolha há coletores de produtos recicláveis, sendo este visível aos clientes?

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As entrevistas realizadas nos dois Supermercados foram de natureza informal, uma vez que os mesmos, não autorizam entrevistas formais.

No caso do Supermercado A, a empresa possui diretrizes sobre a gestão ambiental aplicada, como pacto global, onde possuem o objetivo de um mercado global mais sustentável e inclusivo. No entanto de acordo com Ashley (2000), verifica-se que este supermercado está de acordo com as normas e diretrizes éticas.

No entanto, Supermercado B a empresa não possui gestão ambiental em nenhum dos setores analisados ocasionando uma mudança no ambiente, negativa permitindo sérios riscos para os funcionários e clientes, não havendo preocupação e orientação adequada no aspecto ambiental, podendo esta conformidade, segundo VALENTE (2001) esta empresa ser autuada perante as irregularidades.

Em relação ao cliente e seu conhecimento sobre o assunto, foi diagnosticado que no Supermercado A, o qual possui uma clientela de um elevado índice econômico, de acordo com a (Figura 1), há uma consciência ambiental positiva, ou seja, de acordo com os clientes a empresa obtém uma correta orientação ambiental, social e política. Epebaum (2004) orienta que as empresas que seguem as diretrizes ambientais possuem maior êxito comercial, conseqüentemente minimizando as agressões no ambiente. Apenas no item “consumo necessário”, os clientes responderam não corresponder o ideal (Figura 1).





Em relação aos resultados obtidos através dos questionários, na (questão1) que diz respeito, compra de produtos recicláveis, no Supermercado A 95% dos clientes responderam que realizam esta opção nas compras, já no Supermercado B, 4% responderam que sim. Segundo os estudos de Epebaulm (2004) as empresas que possuem gestão Ambiental possuem sucesso empresarial (Figura1). Na questão 4, que corresponde ao hábito de separar lixo reciclável, no Supermercado A (Figura1), 95%dos clientes possuem este hábito, no entanto os clientes do Supermercado B, apenas 5% responderam que sim (Figura 2).

A difusão do ato ambiental, disponibilizando coletores de lixos recicláveis (questão 8), qualifica o Supermercado ético ambiental, o Supermercado A em relação a seus clientes, os quais responderam em proporção de 100%, que possuem coletores (Figura 1), ou seja, proporciona o ato de reflexão no ato da compra. Já o Supermercado B, 2% responderam perceber este item, sendo uma porcentagem irrelevante, pois através do registro fotográfico não foi percebido este item, constituindo que o Supermercado não proporciona esta reflexão ao cliente (Figura 2) e contrariando o conceito de que a Gestão Ambiental vem esclarecer as dúvidas dos cidadãos, impossibilitando-os da reflexão, conforme Tauk (1995).

Fotos foram retiradas no Supermercado A, no dia 31/07 às 14H: 00min, localizado na cidade de Ourinhos no estado de São Paulo. Visualizou os itens de segurança (Figura 3), como extintores e hidrante, sendo especificados com placas informativas, obedecendo aos espaços de emergência. Foi observado a presença dos coletores de material reciclável, disponíveis aos clientes (Figura 4), onde um profissional separa e informa as devidas formas de desprezo do material reciclável.



Figura 3 – Visualização dos itens de segurança.



Figura 4 – Observação dos coletores de material reciclável.

Foram também realizadas fotos no Supermercado B, no dia 21/07 às 19H: 15min localizado na cidade de Ourinhos no estado de São Paulo. Foi observado que o piso do Supermercado B é insalubre, pois por ser escuro dificulta a visualização da limpeza do ambiente (Figura 5). Os uniformes dos funcionários deveriam ser de cor clara para facilitar a visualização de possíveis contaminantes no manuseio do produto fato não observado neste Supermercado.

Observou-se também a má disposição dos cortes de carne bovina, suína e de aves na câmara frigorífica (Figura 6), percebendo-se caixas não apropriadas contendo carne dispostas diretamente no piso, com maior risco de contaminação. Justifica-se a necessidade de um profissional inserido na empresa para aplicar e orientar os critérios ambientais e sanitários.



Figura 5 – Verificou a vestimenta dos funcionários e a qualidade do ambiente.



Figura 6 – Diagnóstica câmera de refrigeração de carnes.

CONCLUSÃO

Conclui-se que a classe social, ou seja, o padrão econômico interfere na consciência ambiental, uma vez que o supermercado A onde possui uma clientela de classe média alta, onde provavelmente o nível de instrução é mais elevado obtendo uma correlação positiva em relação ao meio ambiente, respondendo as campanhas de reciclagem do mesmo. Sendo bem recebida pelos consumidores a reflexão do consumo ecologicamente menos impactante. No entanto o supermercado B, os consumidores não são estimulados a comprar pelas condições ambientais mais sim apenas por fatores econômicos. O proprietário não tem controle do meio ambiente, saúde e segurança, assumindo riscos desnecessários de ser autuado administrativamente ou vir a ser responsável por acidente de contaminação alimentar humana, podendo causar risco aos seus consumidores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- VALENTE, Dario. **Avaliação higiênica- sanitária e física- estrutural dos supermercados de Ribeirão Preto, SP**. Ribeirão Preto, 2001, 168 p. Tese (Dissertação de Mestrado em Medicina Preventiva) – Faculdades de Medicina de Ribeirão Preto (FMRP)
- ASHLEY, Patrícia Almeida. **A chance dos supermercados éticos**. Gazeta do Rio, Rio de Janeiro, 18 de Set 2000. Seção Opinião, p. 02
- PHILIPPI, Arlindo Jr. **Curso de Gestão Ambiental**. Barueri – SP Manoli; 1017p, 2004.
- ANDRADE, Rui Otavio Bernardes de. **Gestão Ambiental**. São Paulo, Mkron, 203p, 2000.
- TAUK, Samia Maria. **Análise Ambiental**. São Paulo, 2 ed, UNESP, 206p, 1995.
- PENNA, Carlos Gabaglia. **O Estado do Planeta**. Rio de Janeiro, Record, 252p, 1999.