

**ROSANGELA BALOTIN FIORELI
SETNARSKI**

*Universidade Estadual do Centro-Oeste,
UNICENTRO, Guarapuava, PR, Brasil.*

JOÃO VICTOR MUSIAL

*Universidade Estadual do Centro-Oeste,
UNICENTRO, Guarapuava, PR, Brasil.*

MAURICIO JOÃO ATAMANCZUK

*Universidade Estadual do Centro-Oeste,
UNICENTRO, Guarapuava, PR, Brasil.*

*Recebido em janeiro de 2020.
Aprovado em agosto de 2020.*

RECICLAGEM DO ÓLEO DE COZINHA: MOTIVADORES DE SUSTENTABILIDADE EM EMPREENHIMENTOS GASTRONÔMICOS

RESUMO

A preocupação com as questões ambientais intensificou-se nas décadas de 1960 e 1970. Desde então figuram entre os maiores problemas da atualidade. Nesse contexto, as empresas também buscam alinhar suas estratégias empresariais, no intuito de buscar soluções para os problemas ambientais. O objetivo deste estudo foi compreender os motivadores da prática sustentável em empreendimentos gastronômicos de Irati-PR quanto a destinação dos resíduos do óleo de cozinha. A pesquisa classifica-se como descritiva, qualitativa. Como instrumento de coleta de dados empregou-se entrevistas com os gestores dos empreendimentos gastronômicos. Foram realizadas seis entrevistas. Os principais resultados demonstram que os motivadores internos, com destaque para a consciência ambiental, inexistência de custos e existência de infraestrutura para destinação, sobressaem-se aos motivadores externos, como legislação, pressão da sociedade e reconhecimento dos clientes.

Palavras-Chave: sustentabilidade; reciclagem; óleo de cozinha; motivadores; práticas sustentáveis.

KITCHEN OIL RECYCLING: DRIVERS OF SUSTAINABILITY IN GASTRONOMIC ENTERPRISES

ABSTRACT

The concern with environmental issues intensified in the 1960s and 1970s. Since then, they have been among the biggest problems of today. In this context, companies also seek to align their business strategies in order to seek solutions to environmental problems. The objective of this study was to understand the motivators of sustainable practice in gastronomic enterprises in Irati-PR, related to the destination of cooking oil residues. The research is descriptive and qualitative. Six managers of gastronomic enterprises were interviewed for data collection. The main results show that internal motivators, with emphasis on environmental awareness, inexistence of costs and existence of infrastructure for destination, stand out from external motivators, such as legislation, pressure from society and recognition from customers.

Keywords: sustainability. recycling. kitchen oil. motivators. sustainable practices.

INTRODUÇÃO

A sustentabilidade é um assunto emergente há várias décadas. Segundo Barbieri et al. (2010) o movimento do desenvolvimento sustentável apresenta-se como um dos movimentos sociais mais importantes dos últimos anos, criando-se princípios e diretrizes globais discutidas nas várias conferências mundiais realizadas ao longo dos anos.

Após intensos debates, na década de 1960, sobre o uso dos recursos naturais e os limites do crescimento econômico, a partir da década de 1970 as discussões sobre o meio ambiente e seus recursos foram reintroduzidas na teoria econômica e no escopo das discussões internacionais (LUSTOSA et al. 2003 apud GONÇALVES-DIAS, 2009). Essas ações condicionam a consciência de que a degradação ambiental por ações humanas poderia causar impactos e alterações profundas no planeta.

Devido à repercussão dessas discussões, o ramo empresarial buscou alinhamento com movimentos ambientalistas. Bernardo e Camarotto (2010) comentam que o comportamento ambiental reativo passou a figurar como uma ameaça à sobrevivência das empresas, exigindo mudanças nas formas de gestão. O novo contexto ambiental que estava se delineando envolvia fatores como a valorização das empresas ambientalmente responsáveis e da repercussão de suas ações perante a sociedade, pelos consumidores e acionistas.

Neste contexto, o presente trabalho trata dessas preocupações ambientais no meio empresarial, buscando compreender os motivadores da prática sustentável em empreendimentos gastronômicos de Irati-PR quanto a destinação do óleo de cozinha usado. De forma específica busca identificar a visão dos gestores sobre o conceito de sustentabilidade, a percepção dos mesmos sobre os efeitos da destinação inadequada dos resíduos de óleo de cozinha e descrever os incentivos às práticas sustentáveis.

REVISÃO DE LITERATURA

O contexto de degradação ambiental, que se verificou ao longo dos anos, tornou iminente a necessidade de mudanças de práticas em relação aos recursos naturais. A Revolução Industrial deu a humanidade maior capacidade de intervir na natureza e, com isso, os efeitos nocivos ao meio ambiente foram sendo percebidos ao longo do tempo. Em geral, o modo de vida consumista que a sociedade passou a adotar não contribuiu para o desenvolvimento sustentável, tampouco para a qualidade de vida dessa e das futuras gerações. Este passou a ser vinculado a problemas ambientais e sociais (ROMEIRO, 2001)).

Vários acontecimentos motivaram a consciência de que a degradação ambiental por ações humanas poderia causar impactos e alterações profundas na vida do planeta. O Relatório de Meadows, por exemplo, publicado em 1972 pelo Clube de Roma, esboçava “[...] possíveis situações que descreviam o dano que as altas taxas de crescimento econômico, o esgotamento dos recursos e a destruição do meio ambiente causariam no planeta” (CLUBE DE ROMA, 2012). Seu desfecho propõe estagnação do crescimento econômico e da população mundial. Sua publicação é considerada por vários autores como a que mais repercutiu e influenciou os debates subsequentes (COHEN, 2003 apud GONÇALVES-DIAS, 2009).

Durante as últimas décadas os problemas de contaminação do meio ambiente têm tomado proporções cada vez maiores. Segundo Gonzaga (2012) a globalização da economia e o crescimento demográfico exponencial aumentam os efeitos problemáticos da degradação ambiental. A busca do desenvolvimento econômico para um número crescente de nações, acelerou o consumo e a degradação dos recursos naturais, assim como aumento o volume de resíduos produzidos (GONZAGA, 2012).

Há tempos que a sociedade passou a consumir bens que se tornam obsoletos antes do tempo. Padilha e Bonifácio (2013) expõem que a vida útil dos produtos está cada vez mais curta. Este fato está condicionado à obsolescência planejada e a criação de demandas artificiais no capitalismo, onde a moda e a publicidade dos produtos provocam um verdadeiro desvio da função primária dos mesmos. Desta forma tem-se aumentado a quantidade de resíduos descartados pelas atuais gerações (PADILHA; BONIFÁCIO, 2013)

impactando na quantidade e na organização do processo de destinação dos resíduos, na utilização de espaços destinados a aterros, bem como no emprego de mecanismos de reciclagem. O acúmulo de resíduos gerado ao longo dos anos passou a ser um dos problemas ambientais mais discutidos atualmente (LAYARGUES, 2002).

Entre esses resíduos está o óleo de cozinha, um dos contaminantes do meio ambiente principalmente pelo desconhecimento da população sobre seu impacto. Nezi, Uhdre e Romero (2011, p. 2), comentam que este prejudica principalmente ecossistemas aquáticos, além de impermeabilização de solo e obstrução de redes de esgoto.

Normalmente o descarte do óleo de cozinha é feito em quatro destinos usuais: esgotos, solo, corpos hídricos e aterros sanitários (NEZI; UHDRE; ROMERO, 2011). Todos eles, até mesmo a forma mais controlada que é o aterro sanitário, são indevidos em graus e fatores diferentes, trazendo prejuízos à sociedade, ao governo, mas principalmente ao meio ambiente.

Quando o óleo descartado atinge rios, lagos e mares, ele também interfere na passagem de luz na água, retardando o crescimento vegetal e interferindo no fluxo da água, além de impedir a transferência do oxigênio para a água, o que impede a vida nestes sistemas, causando danos à fauna aquática (PEREIRA, s.d.). O autor ainda destaca que um litro de óleo de cozinha pode poluir certa de 10.000 litros de água.

Os danos causados pelo descarte indevido do óleo vão além dos danos ambientais, atingindo também danos financeiros, pois o óleo que é descartado no ralo da pia faz encarecer o custo do tratamento e de manutenção dos esgotos em 45%, pois provoca a retenção de sólidos, entupimentos e problemas de drenagem (NEZI; UHDRE; ROMERO, 2011). Além de todos esses malefícios que podem ser evitados, o ato de reciclar o óleo usado significa também mantê-lo fora da água potável, fora das praias, e longe da vida selvagem.

Muito tem-se produzido para tentar minimizar os impactos negativos causados pelo atual modo de vida da sociedade. E alinhadas a esse contexto, as empresas de modo geral perceberam a necessidade de não estar alheias a essa preocupação. Segundo Berardi e Brito (2013) o contexto de degradação ambiental demanda que as empresas ampliem sua capacidade de relacionamento com a sociedade, atuando não somente na esfera econômica, mas também considerando os aspectos social e ambiental e desenvolvam soluções para as externalidades provocadas pelo processo produtivo.

Os empreendimentos devem considerar em suas atividades, além do ponto de vista econômico, os vieses ambiental e social, no chamado tripé da sustentabilidade (ELKINGTON, 2004). O tripé é um conceito que ajuda a pensar no futuro de uma maneira mais ampla, uma vez que essa questão afeta também a criação de valor de uma organização.

Barbieri e Cajazeira (2009, p. 70) nos trazem uma definição de empresa sustentável, sendo aquela “[...] que procura incorporar os conceitos e objetivos relacionados com o desenvolvimento sustentável em suas políticas e práticas de modo consistente”. Conforme Paiva (2010) este alinhamento relaciona a eficiência do uso dos recursos econômicos com o uso dos recursos naturais e ambientais.

Qualquer que seja o ramo de atividade da empresa, sustentabilidade organizacional sempre acompanhará em seu discurso a geração de lucro e patrimônio para os acionistas, mas nunca deixando de lado a preservação do meio ambiente e a preocupação com a vida de todos aqueles que interagem socialmente com ela. Alves (2009) observou que os motivadores de ações de responsabilidade social e ambiental são oriundos de duas vertentes: criar vantagem competitiva e cumprir com as obrigações legais das organizações.

O estudo de Rodriguez et al. (2002) também vem colaborar para iniciarmos uma reflexão dos motivadores das práticas sustentáveis, o qual aponta como razões para a busca por sustentabilidade pelas organizações, motivadores físicos, sociais, éticos e de negócios, destacando a governança como elemento essencial para o seu sucesso.

Walker, Sisto e McBain (2008) separam em internos e externos os motivadores para empresas aderirem a projetos de cadeia de suprimentos verdes. Encontraram que os

motivadores são, na maioria, externos a organização. Destacam-se tanto na literatura quanto na investigação empírica aspectos como: regulamentação, consumidores, competição e pressões da sociedade. Internamente motivam as organizações os valores organizacionais e a redução de custo.

Zhu, Sarkis e Lai (2007) investigaram a indústria automobilística chinesa e relataram que os principais motivadores para estas empresas adotarem práticas para participar da cadeia produtiva verde são pressões externas. Os autores citam que a maioria das empresas da indústria automobilística sofrem esta pressão de regulamentação e da sociedade. Evidente que o porte maior destas empresas leva a sofrerem maior pressão.

Rocha et al (2019) investigaram micro e pequenas empresas de seis cidades brasileiras. Identificaram o valor de mercado, custo de implementação, relacionamento com o cliente, melhoria da imagem da empresa e inovação interna como motivadores às práticas sustentáveis.

Todavia, mostra-se importante também saber qual a real motivação das empresas quando estas passam a adotar práticas sustentáveis, sejam pela perspectiva de Alves (2009) quanto a criar vantagem competitiva ou atendimento das questões legais, ou na perspectiva de Rodriguez et al. (2002) por motivos físicos, sociais, éticos ou de negócios, ou na perspectiva de Rocha et al (2019) relacionado a custos ou operações internas voltadas a inovação, ou mesmo nas perspectivas de Wlaker, Sisto e McBain (2008), Rocha et al (2019) e Zhu Sarkis e Lai (2007) relacionados a pressões de mercado e regulamentação. Deste modo desenvolveu-se a investigação prática deste trabalho apresentada nos próximos tópicos.

METODOLOGIA

Para atender aos objetivos propostos, essa pesquisa contou com levantamento bibliográfico sobre o conceito de sustentabilidade e suas variações, bem como a identificação de motivadores para a prática sustentável apresentados na literatura. O levantamento bibliográfico também apresentou os principais problemas causados ao ambiente pelo descarte incorreto do óleo de cozinha.

Na sequência elaborou-se um roteiro para entrevista, aplicado para gestores de empreendimentos gastronômicos da cidade de Irati/Pr, visando responder o objetivo deste trabalho. Deu-se ênfase na descrição do processo de descarte dos resíduos do óleo de cozinha. Foram selecionados empreendimentos dos seguintes ramos: Pizzaria (entrevistado 1); Churrascaria (entrevistado 2); Pastelaria (entrevistado 3); Restaurante de comida a quilo (entrevistado 4); Panificadora (entrevistado 5); Restaurante à la carte (entrevistado 6). A seleção da amostra considerou a acessibilidade e diversificação de ramo de atividade.

A forma de entrevista empregada é a entrevista estruturada, que conforme Richardson (1999) é utilizada quando o pesquisador elabora previamente um roteiro de questões sobre o tema. A entrevista teve a seguinte estrutura: uma questão relativa ao entendimento do conceito de sustentabilidade; uma questão sobre como ocorre todo o processo de descarte dos resíduos do óleo; sete questões sobre os motivadores internos, que dizem respeito a formação da equipe de trabalho, o reconhecimento e divulgação de práticas sustentáveis, custos para realização, necessidade de investimentos, reconhecimentos da importância da prática e reconhecimento dos problemas causados pelo descarte incorreto do óleo; e seis questões sobre os motivadores externos, que são os aspectos relativos a legislação, fiscalização, projetos de incentivo, reconhecimento da prática pelos clientes, valorização pela sociedade em geral e existência de tecnologia específica.

A análise dos dados foi conduzida de forma qualitativa, a partir da interpretação das informações apresentadas nas entrevistas buscando identificar os elementos aderentes aos objetivos do trabalho. Os resultados são apresentados de forma

descritiva, buscando expor as práticas e visões dos entrevistados sobre o problema de pesquisa, bem como estabelecer comparações entre os posicionamentos e práticas dos entrevistados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para o desenvolvimento da análise dos dados considerou-se primeiramente a identificação dos procedimentos adotados pelas empresas participantes da pesquisa para a destinação do óleo de cozinha, apresentado na sessão 4.1. Após, buscou-se compreender o entendimento dos gestores entrevistados sobre o conceito de sustentabilidade para, posteriormente, identificar os motivadores internos e externos para a adoção de procedimentos corretos para o descarte de óleo de cozinha usado, apresentados na sessão seguinte.

DESCARTE DO ÓLEO DE COZINHA

Quanto ao processo de descarte do óleo de cozinha usado, todas as empresas entrevistadas fazem a separação dos resíduos do óleo, provenientes da sua produção. Das seis empresas, três delas (entrevistados 2, 3 e 6) trocam o óleo usado por produtos de limpeza, da seguinte forma: a cada 50 litros de óleo usado (um galão) troca-se por uma caixa de detergente c/ 24 unidades, fabricado pela própria empresa que coleta o óleo. O recipiente que armazena o óleo (galão de 50 litros) é deixado pela empresa coletora, sem custo adicional, enquanto existir o contrato de prestação de serviços firmado por ambas.

O entrevistado 5 doa/disponibiliza o óleo usado para a empresa da qual compra o óleo novo, que será usado por eles, porém não há sistema de troca, apenas doação. O entrevistado 4 doa o óleo usado para uma instituição da cidade (Igreja), que usa o material para fabricação de sabão caseiro.

Apenas o Entrevistado 1 citou que a sobra é muito pequena, sendo este destinado, juntamente com a sobra de comida, para alimentação animal. Citou também que ocorre, porém com pouca frequência, de pessoas da população local, retirarem o resíduo para fabricação de sabão caseiro. Em 2012, houve uma tentativa de destinação do óleo para uma empresa coletora em troca de produtos de limpeza, no mesmo modelo empregado pelas empresas 2, 3 e 6. Contudo, devido a baixa geração deste resíduo a parceria foi desfeita. Apesar da forma de descarte do óleo de cozinha diferente dos demais estabelecimentos, há consciência deste quanto aos possíveis problemas ambientais que podem ser causados pelo descarte incorreto.

O entrevistado 6 explicou que, antes de destinar o óleo usado nos galões de armazenamento, há um processo de decantação na própria fritadeira, onde ficam separados do óleo a sujeira e a água. Somente a parte do óleo é destinada para a empresa coletora. Os demais resíduos são destinados a uma granja, para alimentação de suínos, juntamente com as sobras de outros alimentos.

A sustentabilidade ambiental está vinculada a sustentabilidade econômica nos quatro casos em que há destinação do resíduo de óleo gerado para uma empresa coletora. A empresa coletora aproveita a geração de resíduos como uma oportunidade de negócio, demonstrando a existência de um mercado para atender os anseios das questões ambientais. Contudo, observa-se limitações nesta vinculação. A empresa coletora, segundo o entrevistado 1, viabiliza a estrutura de coleta. Porém há a necessidade de disponibilizar uma quantidade mínima de resíduos que viabilize a estrutura e o serviço prestado. Para o caso do entrevistado 4, que destina o resíduo do óleo a uma instituição religiosa onde um grupo de pessoas utiliza na fabricação de sabão caseiro, observa-se a vinculação da solução da questão ambiental com a questão social.

Sustentabilidade e Motivadores para sua prática

Na tentativa de melhor elucidar as questões sobre as práticas sustentáveis verificou-se, primeiramente, qual é o entendimento do conceito de sustentabilidade atribuído pelos respondentes da pesquisa.

O entrevistado 2 optou por não definir o conceito. O entrevistado 5 acha que o conceito está relacionado em viver com seus próprios recursos, auto sustentar-se. Deste modo, vincula o conceito ao aspecto econômico.

Quatro, dos seis entrevistados, citaram o vínculo do conceito de sustentabilidade com a redução do uso de recursos naturais. Dentre os exemplos destacados por eles apresentam-se: a redução do consumo de lenha (entrevistado 1); compra de produtos com menor uso de embalagens e reciclagem das mesmas (entrevistado 6); separação e reciclagem do lixo (entrevistado 4); e reutilização de materiais evitando descarte precoce (entrevistado 3).

Aspectos social e econômico não foram percebidos de forma incisiva nas respostas. Porém, observou-se que o entrevistado 6 citou a separação do lixo e destinação deste a catadores específicos que sobrevivem da venda material reciclável, ao invés de destinar para a coleta seletiva já estruturada na cidade. Constatou-se que o entrevistado tentou vincular a preocupação social, pois sua tentativa é de auxiliar na geração de renda de pessoas que trabalham nesta atividade, considerado degradante.

A partir do entendimento do conceito de sustentabilidade por parte dos entrevistados, analisou-se os motivadores para a prática sustentável de separação dos resíduos do óleo de cozinha. Estas práticas geram benefícios ambientais, financeiros e sociais, pois evitam poluição do meio ambiente; previnem o entupimento das redes de esgoto e contribui para a não incidência de enchentes, pois o óleo em contato com o solo causa impermeabilização.

Para analisar os motivadores para adoção das práticas sustentáveis, com ênfase na correta destinação do resíduo do óleo de cozinha, considerou-se a divisão em aspectos internos, referentes a questões da própria empresa ou de consciência do gestor e, aspectos externos, relativos aos incentivos ou pressões ambientais.

Dentre os motivadores internos considerou-se a formação da equipe de trabalho, o reconhecimento e divulgação de práticas sustentáveis, custos para realização, melhoria da qualidade do próprio serviço, necessidade de investimentos, reconhecimentos da importância da prática e reconhecimento dos problemas causados pelo descarte incorreto do óleo.

O primeiro ponto investigado refere-se aos aspectos considerados para a contratação de funcionários, com o intuito de verificar se a empresa leva em consideração questões relativas à sustentabilidade na formação de sua equipe. Nenhuma empresa demonstrou adotar critérios de seleção de forma explícita que vinculem a verificação de atitudes ou práticas sustentáveis nos currículos dos candidatos às vagas. Quando questionadas sobre o que mais valoriza para efetivar uma contratação, todas as respostas se relacionaram com o interesse, apresentação, comunicação e comprometimento dos candidatos com a vaga pretendida. Portanto, para a formação da equipe de trabalho os aspectos de sustentabilidade não são explicitados.

Em relação a verificação sobre a adoção de estratégia de marketing para divulgar ações de responsabilidade social e ambiental realizadas pela empresa e a vinculação desta divulgação com correto descarte do óleo de cozinha, constatou-se que as empresas não aderem a esta prática. O descarte correto é atribuído como um processo inerente ao funcionamento da empresa e não há prática de ações de marketing voltadas a divulgação de ações sustentáveis desenvolvidas pela empresa.

Além da destinação correta do óleo usado, os entrevistados citaram outras práticas de ação social as quais vincularam ao conceito de sustentabilidade. Destacam-se: ajuda a uma Organização Não Governamental (ONG) de proteção animal, com doação das

sobras de comida do estabelecimento (entrevistado 2); doação para os funcionários dos recursos arrecadados com a venda das latas de alumínio; disponibilização de caixinha arrecadação de doação de clientes, em prol de instituição que atende crianças com câncer (entrevistado 3); doação mensal à APAE (entrevistado 4); doação de pães para festas/eventos (entrevistado 5); destinação de todo material reciclado para catadores que vivem dessa renda (entrevistado 6). Salienta-se que todos vincularam as ações sociais de doação de recursos financeiros ou materiais e a adesão a causas sociais como um aspecto de sustentabilidade social. Contudo, estas ações estão voltadas a filantropia, sendo limitada no atendimento dos princípios da sustentabilidade social.

A avaliação dos custos envolvidos para a prática sustentável, observou-se que as empresas não reconhecem a incidência dos mesmos para a atividade de descarte correto do óleo usado. Apesar de não reconhecer os custos nesta questão, o entrevistado 2 citou em outro momento da entrevista o aumento do tempo de execução de algumas tarefas para a adoção da prática. Este aspecto impacta no aumento de custo de mão de obra. Apesar desta ressalva relativa as informações prestadas pelo entrevistado 2, observa-se ainda que, metade dos entrevistados, além de não considerarem a existência de custos adicionais para a adoção do descarte correto, tem como benefício a redução dos custos operacionais totais da empresa, pois recebem produtos de limpeza como pagamento pelo resíduo do óleo. O entrevistado 6 destaca que haveria a necessidade de descarte do resíduo, mesmo que não houvesse a estrutura forneceria pela empresa coletora. O mesmo considera a estrutura (galões e coletado do óleo) como um ponto positivo para a adoção da prática.

Em relação a melhoria da qualidade dos serviços, os entrevistados afirmam que não há mudanças ao adotar a prática correta de descarte. O entrevistado 2 destacou que teve prejuízos com o aumento do tempo de realização do serviço quando adotou a prática correta, no entanto, a destinação correta é reconhecida pelos entrevistados 5 e 6 como fator de facilidade do trabalho tendo em vista que há estrutura adequada para realizar o descarte deste material. Nota-se que depende da forma como é estruturado o processo de coleta pode ser reconhecido como facilitador na execução ou limitador.

Outro aspecto investigado refere-se a necessidade de fazer investimentos. Maioria dos entrevistados afirmaram que não houve investimentos, mas fariam investimentos para a prática correta de descarte caso fosse necessário. Questões relativas ao impacto do montante de investimento nesta afirmação não foram exploradas na pesquisa. Apenas um entrevistado afirmou que faria investimentos apenas se este fosse necessário para atender exigências legais. Dois entrevistados justificaram os motivos pelos quais fariam investimentos como sendo a conscientização sobre os impactos do descarte correto deste resíduo. Dentre os exemplos, o entrevistado 6 relatou que no momento que a empresa anterior que fazia a coleta parou de prestar o serviço, o mesmo comprou galões para descartar adequadamente o resíduo até encontrar outra empresa coletora. O resíduo era doado a uma instituição para fabricação de sabão caseiro. Destaca-se ainda na fala do Entrevistado 1 que este resíduo “[...] nunca é jogado no lixo ou esgoto”. Estes aspectos refletem a presença de consciência ambiental, o que pode influenciar suas práticas diárias.

Em relação a importância atribuída para as práticas sustentáveis, todas as empresas reconhecem esta importância. Salienta-se que dois entrevistados acrescentaram que atualmente o tema é cada vez mais debatido pela sociedade.

Os entrevistados também afirmaram ter conhecimento dos dados ambientais que o descarte incorreto do óleo de cozinha pode gerar. O entrevistado 6 mostrou conhecimento sobre a poluição do solo e da água de um modo geral; o entrevistado 3 relata que é prejudicial ao meio ambiente; o entrevistado 1 comenta que afeta a natureza, rios e leitos de água em geral. Os entrevistados 2 e 4 sabiam que descartar incorretamente é prejudicial, porém não citaram quais são os prejuízos ambientais. E o entrevistado 5 foi o único a dizer que não sabia quais danos o descarte incorreto poderia provocar.

Uma vez que, a metade das empresas desconhecem quais problemas podem ser causados pelo descarte incorreto, percebe-se a necessidade de uma maior divulgação a

empreendimentos comerciais com estas características, sobre os riscos ambientais e sociais causados por este produto.

Sobre os motivadores externos à organização, foram investigados aspectos relativos a legislação, fiscalização, projetos de incentivo, reconhecimento da prática pelos clientes, valorização pela sociedade em geral, disponibilidade de tecnologia específica.

As empresas participantes da pesquisa desconhecem a existência de legislação sobre os resíduos do óleo, e também nunca recebem fiscalização sobre este resíduo. O entrevistado 6 relatou que no ano de 2014 a Prefeitura Municipal realizou uma reunião com os proprietários de empreendimentos gastronômicos da cidade, da qual poucos participaram. De modo geral foi solicitado que essas empresas realizassem a separação de todo lixo produzido, em especial do óleo de cozinha usado (o que já vinha ocorrendo para eles). Esta reunião fora motivada por uma nova regulamentação municipal, mas não soube citar qual. Destaca-se também que nenhuma empresa conhecia algum projeto que tratasse sobre a destinação correta dos resíduos do óleo de cozinha. Uma delas citou que conhecia um projeto em uma cidade vizinha, mas não em Irati.

Quando questionados se algum cliente já havia perguntado para a empresa qual a destinação que esta dava aos resíduos do óleo, a maioria dos entrevistados afirmou que nunca foi questionado. O entrevistado 2 relatou que já foi questionado por clientes que manifestaram o interesse em recolher o óleo para a fabricação de sabão caseiro.

Questionou-se os entrevistados sobre valorização da sociedade pelas iniciativas sustentáveis. Apenas o entrevistado 4 considera que a ausência de quaisquer questionamentos sobre a prática adotada para o descarte correto, pode indicar que não há valorização da sociedade pela prática correta. Todas os demais entrevistados consideram que a sociedade valoriza práticas sustentáveis, porém sem citar fatos específicos que exemplifiquem esta valorização.

Sobre a influência da tecnologia, destaca-se que todos reconhecem o descarte correto como um processo simples, pois trata-se apenas de realizar a separação e descarte. Não foi citado por nenhum dos entrevistados a motivação devido a existência de tecnologia que pudesse proporcionar a utilização do óleo dentro do próprio processo produtivo destas empresas, por exemplo. Contudo, há destaque dado pelos entrevistados a facilidade proporcionada pela estrutura disponibilizada pela empresa que realiza a coleta.

Em relação aos aspectos externos, vinculados aos fatores ambientais da organização, não se observa pressões ou incentivos significativos para a adoção de práticas sustentáveis, exceto a estrutura fornecida pela empresa que coleta o óleo usado de 3 empreendimentos participantes da pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da realização da pesquisa com seis empreendimentos gastronômicos em um município no interior do Estado do Paraná, pode-se concluir que os empreendimentos de maior porte procuram fazer a destinação correta dos resíduos do óleo de cozinha.

Destaca-se que a maioria dos entrevistados possui consciência dos danos ambientais que podem ser gerados pelos resíduos. Contudo, dois dos entrevistados não conseguiram definir um conceito para sustentabilidade. Apesar de ser evidente a preocupação com a preservação ambiental, há uma dificuldade de vincular suas visões e práticas ao conceito.

Observa-se que dentre os motivadores para as práticas ambientais, sobretudo relativo ao descarte correto do óleo, destacam-se internamente a consciência dos gestores dessas empresas que o descarte incorreto provoca danos ambientais. Além disso, para metade dos entrevistados, as práticas sustentáveis são impulsionadas por uma parceria com uma empresa coletora. Essas práticas resultam em retornos financeiros,

pois os resíduos retirados são trocados por produtos de limpeza, contudo, os valores de retorno não são expressivos. Observa-se também o desinteresse desses empreendimentos em divulgar para a sociedade suas práticas sustentáveis, demonstrando que a divulgação não se caracteriza como motivação desta prática.

Dentre os fatores externos investigados observou-se que os entrevistados não os reconhecem como motivadores para a prática do correto descarte do óleo de cozinha usado. Os fatores investigados são: legislação, fiscalização, projetos de incentivo, reconhecimento da prática pelos clientes, valorização pela sociedade em geral e existência de tecnologia específica. Evidencia-se que estes não traduzem a ideia de motivadores de práticas sustentáveis para a questão analisada, relativa ao descarte correto do óleo de cozinha.

A questão social e econômica não pôde ser percebida efetivamente. Apenas aparecem inter-relacionadas como algumas ações. Pode-se concluir também que a existência de uma estrutura que facilite as ações práticas, como por exemplo, a atuação de uma empresa para realizar a coleta do óleo usado, apresenta-se como motivador de práticas sustentáveis. A melhor estruturação destas ações impacta diretamente na maior adoção pelos empreendimentos.

A partir destas evidências é possível perceber que os motivadores internos têm maior influência na adoção de práticas sustentáveis, especificamente para o descarte correto do óleo de cozinha usado. A maioria das empresas entrevistadas demonstram ter consciência ambiental, não somente quanto à destinação do óleo, mas também com a reciclagem, separação e destinação adequada de todo resíduo e lixo em geral, pois mesmo não sendo questionados quanto a esse fato, a maioria delas comentou que o fazem, além de mostrarem-se bastante satisfeitas por realizarem essas ações.

Como pesquisas futuras, sugere-se investigar tanto ações estruturas de coleta e destinação correta dos resíduos de óleo de cozinha, como aprofundar aspectos relativos aos motivadores das práticas sustentáveis para verificar sua relação com outras práticas ambientalmente corretas nas organizações.

REFERÊNCIAS

ALVES, J.B. Vantagem competitiva por meio da responsabilidade socioambiental: um estudo de múltiplos casos de indústrias do setor de eletroeletrônicos e autores acerca de estratégia organizacional. (Dissertação de Mestrado em Administração). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R.. Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática. São Paulo: Atlas, 2009.

BARBIERI, José Carlos et al. Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. Revista Administração de Empresas. São Paulo, v. 50, n. 2, jun. 2010. Disponível em: <http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75902010000200002.pdf>. Acesso em 09 jul. 2019.

BERARDI, P. C.; BRITO, R. P. Motivadores da Gestão Ambiental em Empresas Brasileiras: O Papel dos Stakeholders. VI Encontro de Estudos e Estratégia. Bento Gonçalves/RS 2013. Disponível em:<<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/3Es73.pdf>>. Acesso em 13 jul. 2019.

BERNARDO, J. S. S.; CAMAROTTO, J. A. Fatores motivadores da adoção de práticas ambientais em empresas paulistas processadoras de madeira. Revista Produção, v. 22, n. 1, p. 173-184, jan./fev. 2012. Disponível em: <<http://www.prod.org.br/files/v22n1/v22n1a12.pdf>>. Acesso em 13 jul. 2019.

CLUBE DE ROMA - CAPITULO ARGENTINO. O Clube de Roma celebra o aniversário de “Os limites do Crescimento”. Buenos Aires, 2012. Disponível em: <<http://www.clubderoma.org.ar/pt/noticias2/sala-de-imprensa/185-o-clube-de-roma-celebra-o-aniversario-de-os-limites-do-crescimento.html>>. Acesso em 02 abr. 2019.

ELKINGTON, J. Enter the Triple Bottom Line. In: Henriques, Adrian; Richardson, Julie. The Triple Bottom Line, Does It All Add Up?: Assessing the Sustainability of Business and CSR. Ed., 2004; Earthscan Publications Ltd., 2004, cap. 1. p. 1-16. Disponível em: <[http://kmhassociates.ca/resources/1/Trip le%20Bottom%20Line%20a%20history%201961-2001.pdf](http://kmhassociates.ca/resources/1/Trip%20le%20Bottom%20Line%20a%20history%201961-2001.pdf)>. Acesso em: 28/03/2019.

GONÇALVES-DIAS, S. L. F. Consumo e meio ambiente: uma modelagem do comportamento para reciclagem a partir as teorias cognitivo-comportamentais. São Paulo, 2009. Tese (Doutorado) Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/4412/71050100644.pdf?sequence=1>>. Acesso em 15 mar. 2019.

GONZAGA, C. A. M. Gestão ambiental: uma introdução. Guarapuava: Universidade Estadual do Centro-Oeste, 2012.

LAYARGUES, P. P. O cinismo da reciclagem: o significado ideológico da reciclagem da lata de alumínio e suas implicações para a educação ambiental. In: LOUREIRO, F.; LAYARGUES, P.; CASTRO, R. (Orgs.) Educação ambiental: repensando o espaço da cidadania. São Paulo: Cortez, 2002, 179-220.

NEZI, S. M.; UHDRE, D. F.; ROMERO, A. L. Implementação do projeto “reciclagem de óleos e gorduras usados em frituras através da fabricação de sabão” na UTFPR. In: VI EPCT - Encontro de Produção Científica e Tecnológica. Out. 2011. Disponível em: <<http://www.fecilcam.br/nupem/anaisviepct/PDF/engenharias/01.pdf>> Acesso em 10 nov. 2019.

PADILHA, V.; BONIFÁCIO, R. C. A. Obsolescência planejada: armadilha silenciosa na sociedade de consumo. Le Monde Diplomatique Brasil, 2013. Disponível em: <<https://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1489>>. Acesso em 04 mai. 2019.

PAIVA, A.C.R. As atividades bancárias e empresarial e o desenvolvimento sustentável. Revista Adm., São Paulo, v.45, n.3, p.297-304, jul./ago/set. 2010.

PEREIRA, D. Óleo de fritura: problema tem solução. Disponível em: <<http://www.sermelhor.com/ecologia/oleo-de-fritura-o-problema-tem-solucao.html>>. Acesso em 10 nov. 2019.

RICHARDSON, R. J. Pesquisa social: métodos e técnicas. 3.ed. Sao Paulo: Atlas, 1999.

ROCHA, R.T.; INTROVINI, R.F.; CALDANA, A.C.F.; KRAUTER, E.; LIBONI, L.B. Gestão sustentável - motivadores, barreiras e percepção de micro e pequenos empresários. Gestão & Regionalidade, vol. 35, n.106, set-dez/2019. Disponível em: http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_gestao/article/view/gr.v35i106.5121/2816. Acesso em 10/01/2020.

RODRIGUEZ, M. A.; RICART, J. E.; SANCHEZ, P. Sustainable development and the sustainability of competitive advantage: a dynamic and sustainable view of the firm. Creativity and Innovation Management, Sep 2002, Volume: 11 Issue: 3 pp.135-146 (12 pages). Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/bibliographic_databases.htm?id=1370624>. Acesso em 30 mar. 2019.

ROMEIRO A. R. Economia ou economia política da sustentabilidade? Texto para Discussão. IE/UNICAMP, Campinas, n. 102, set. 2001. Disponível em: <<http://curso.ihmc.us/rid=1GM431YJX-G9XCVN-S9/economia%20ou%20economia%20da%20pol%C3%ADtica%20da%20sustentabilidade.pdf>>. Acesso em 02 abr. 2019.

WALKER, H.; SISTO, L.; MCBAIN, D.. Drivers and barriers to environmental supply chain management practices: Lessons from the public and private sectors. Journal of Purchasing & Supply Management. n. 14, 2008, p. 69-85.

ZHU, Q.; SARKIS, J.; LAI, K.. Green supply chain management: pressures, practices and performance within the Chinese automobile industry. Journal of Cleaner Production. n 15, 2007, p.1041-1052.