

# O selo verde: uma nova exigência internacional para as organizações

**Celestina Crocetta Biazin**

Universidade Estadual de Maringá

e-mail: celestecb@onda.com.br

**Amália Maria G. Godoy**

Universidade Estadual de Maringá

**Resumo:** As questões ambientais vêm nas últimas décadas, despertando a atenção de diversos setores da sociedade. Com a abertura da economia, o aumento da competitividade e a maior conscientização dos consumidores, a variável ambiental assume uma importância cada vez maior. As organizações empresariais, nesse novo contexto, passam a adotar uma nova orientação incorporando a variável ambiental em suas decisões estratégicas, como forma de obter vantagem competitiva. Desta forma, a preocupação com o meio ambiente passa a se constituir em uma nova oportunidade de mercado ao invés de uma barreira comercial.

Uma das formas das organizações demonstrarem que respeitam o ambiente é através da obtenção do selo verde. No Brasil, o setor moveleiro é um dos que está em estágio mais avançado em função de ser um setor com perfil exportador e ter de atender às novas exigências do comércio internacional.

Assim, este trabalho pretende discutir as perspectivas da adoção do selo verde para o setor moveleiro e destacar a sua importância para as organizações em geral.

**Palavras-chave:** selo verde – meio ambiente – setor moveleiro

**Abstract:** The environment questions, have in the last decades, called the attention of several sectors of the society. With the opening of the economy, the raising of competitiveness and the greater awareness of consumers, the environment variable is granted an importance, which is becoming greater each day. The business organizations, in this new context, come to adopt a new orientation incorporating the environment variable in their strategic decisions, as a way to get competitive advantage. This way the concern with the environment becomes a new opportunity of market instead of a commercial barrier.

One of the ways the organizations can show their respect for the environment is getting the green seal. In Brazil the furniture sector is in the most advanced stage due to its exporting profile and to the fact that it has to attend the demands of international commerce.

So, this work intends to discuss the perspectives of adoption of the green seal for the furniture sector and emphasize its importance to the organizations in general.

**Key words:** green seal- environment - furniture sector

## I – INTRODUÇÃO

As questões ambientais vêm nas últimas décadas, despertando a atenção de diversos setores da sociedade. Em nível de empresas, com a abertura da economia, o aumento da competitividade e da conscientização dos consumidores, a variável ambiental assume uma importância cada vez maior. Nas relações comerciais, principalmente internacionais, ela passa a ser decisiva, constituindo-se muitas vezes, num pré-requisito para a realização de negócios.

Desta forma, as organizações passam a incorporar a variável ambiental em suas decisões estratégicas. Esta nova orientação está sendo adotada pelas organizações em geral, porém de maneira mais acentuada naquelas com perfil exportador.

No Brasil, as exigências ambientais internacionais levaram o setor moveleiro a adotar o selo verde, pois, as demandas internacionais para este setor, de maneira geral, têm-se pautado na preferência por produtos que demonstrem respeitabilidade ao meio ambiente no seu processo de produção ou abrangendo toda a cadeia produtiva.

Assim, este trabalho pretende discutir as perspectivas da adoção do selo verde para o setor moveleiro e destacar a sua importância para as organizações em geral.

## II – EXIGÊNCIAS AMBIENTAIS – UM NOVO ENFOQUE PARA AS ORGANIZAÇÕES

O movimento ambientalista passa, a partir principalmente da década de 70, a questionar o modo de produção vigente baseado no uso desenfreado de recursos naturais. As conseqüências ambientais e sociais do padrão de produção fordista eram extremamente visíveis.

O período que antecede essa contestação foi marcado por um intenso crescimento econômico, definido como “desenvolvimento”. Nessa fase, os pressupostos defendidos (de que com o crescimento material haveria melhora significativa das condições de vida para a grande maioria da população, bem como as desigualdades entre os países seriam, no mínimo diminuídas), obviamente, demonstraram-se falsos. O aumento do bem-estar material concentrou-se nas mãos de uma minoria privilegiada, dentro de cada país e entre os países. Por outro lado, milhões de pessoas não tiveram acesso às condições básicas de vida, o que gerou instabilidade política e social, que, nesse tempo, somente foram reprimidas pelo aparato policial do Estado.

Os movimentos sociais e ambientalistas passaram a questionar o modo de vida americano, a guerra do Vietnã e os vários desequilíbrios ambientais provocados pelo modo de produção fordista. Apesar dos indícios de desequilíbrios ambientais serem localizados inicialmente, eles se estendem, tornam-se intensos e finalmente são “*simbolizados pelo smog de Los angeles; pela ‘morte’ do Lago Erie; pela poluição progressiva de grandes rios como o Mosa, o Elba e o Reno; e pelo envenenamento químico por mercúrio em Minamata. Tais problemas também se verificaram em muitas partes do Terceiro Mundo, à medida que se disseminavam o crescimento industrial, a urbanização e o uso do automóvel*” (RELATORIO BRUNDTLAND, 1991, p.234)

Com a crise econômica dos anos 80 e a mudança no padrão de produção para o modelo toyotista começa a haver uma maior preocupação com o meio ambiente que culmina na Conferência Mundial das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como a Rio 92. Um dos documentos norteadores da Conferência é a Agenda 21, que é um programa de ação mundial para promover o desenvolvimento sustentável. Com relação à posição dos empresários é lançada a Carta de compromisso dos Empresários lançada pelo *Business Council for Sustainable Development* e o livro “Mudando o rumo: uma perspectiva empresarial global sobre desenvolvimento e meio ambiente”.

A Carta de compromisso e o livro dos empresários convocam as empresas para que incorporem a variável ambiental em suas ações e estabelece duas áreas de atuação: a promoção de uma produção mais limpa e a responsabilidade empresarial. Os objetivos de longo prazo traçados são: maior eficiência energética combinada com padrões de consumo mais sustentáveis; processos mais limpos visando a prevenção da poluição com boa administração doméstica, substituição de materiais, modificação na produção e recuperação de recursos; cooperação tecnológica; gestão sustentável dos recursos renováveis, em particular a agricultura e a exploração florestal.

Com relação à exploração florestal, afirma o organizador do livro, SCHMIDHEINY (1992, p.xxxviii): “*Os recursos florestais devem ser extraídos de forma a permitir que as florestas renovem o seu fornecimento, o que significa manter seus processos de ecossistema e serviços sociais*”.

Com relação ao papel das pequenas empresas no processo de sustentabilidade da produção o mesmo afirma (idem, p.xlii): “*Um dos elementos chave para a diminuição da pobreza do mundo em desenvolvimento e a difusão do seu talento empreendedor é o estímulo ao crescimento das pequenas e médias empresas. [...] As empresas de menor porte são flexíveis, reagem rapidamente às demandas e necessidades e demonstram talento para a inovação*”.

Conseqüentemente, aliado a novos compromissos internacionais e à mudança no padrão de produção para o toyotismo, as empresas tendem a assumir a chamada para a Responsabilidade Empresarial que visa estimular a implementação de políticas de desenvolvimento sustentável. As empresas devem adotar códigos de conduta que promovam as melhores práticas ambientais.

Desta forma, a questão ambiental não somente passa a fazer parte das preocupações das empresas mas, também, passa a se tornar, aos poucos, condição *sine qua non* para a sobrevivência e obtenção de vantagem competitiva. HAOUR (1999) comenta que a onda verde veio para ficar e cabe às empresas se adaptarem e integrarem as preocupações ambientais em cada aspecto da administração.

O imperativo ambiental envolve toda a cadeia produtiva, portanto, todas as organizações envolvidas no processo de produção necessitam de uma nova postura a qual incorporem ao meio ambiente em suas decisões. Desta forma, a gestão ambiental não se restringe ao aspecto interno da organização, vai além, rompe barreiras e impõe mudanças de atitudes em todas as demais envolvidas.

Assim, a preocupação ambiental, atinge também as micro e pequenas empresas, pois estas geralmente são fornecedoras de produtos, serviços ou matéria-prima para empresas maiores.

Percebe-se em muitos contratos comerciais, principalmente em relação ao comércio internacional, a exigência de que toda a cadeia produtiva contemple a respeitabilidade pelo meio ambiente. Esta exigência é verificada principalmente na comercialização de produtos, onde a exigência de ecologicamente corretos, percorre toda cadeia produtiva, envolvendo todo ciclo do produto, ou seja, desde a matéria-prima até o descarte final.

Portanto, torna-se difícil as pequenas empresas ficarem à margem do processo. Gestão ambiental envolve as organizações em geral e a sociedade como um todo. Todos participam do processo.

As empresas, segundo DONAIRE (1995), dependendo do grau de conscientização em relação aos aspectos ambientais, passam por três fases:

- **Primeira Fase: controle ambiental nas saídas** – constitui-se na instalação de equipamentos de controle da poluição nas saídas, como chaminés e redes de esgoto. Nesta fase mantém-se a estrutura produtiva existente.
- **Segunda Fase: integração do controle ambiental nas práticas e processos.** O princípio básico passa a ser o da prevenção da poluição, envolvendo a seleção das matérias-primas, o desenvolvimento de novos processos e produtos, o reaproveitamento da energia, a reciclagem de resíduos e a integração com o meio ambiente.
- **Terceira Fase: integração do controle ambiental na gestão administrativa.** A questão ambiental passa a ser contemplada na estrutura organizacional, interferindo no planejamento estratégico.

Esta terceira fase é denominada por D’Avignon (1996) como “Gestão Ambiental”, onde “*os parâmetros relacionados ao meio ambiente passam a ser levados em conta no planejamento estratégico, no processo produtivo, na distribuição e disposição final do produto*”.

As empresas, portanto, encontram-se em diferentes estágios no processo de envolvimento com as questões ambientais. No entanto, é importante frisar que as simples práticas de controle, prevenção e revisão de processos não significam que as mesmas pratiquem a gestão ambiental. Gestão Ambiental é muito mais, é mudança de postura, de modos de pensar e agir envolvendo todos os aspectos organizacionais.

Várias empresas passam a adotar práticas ambientais como marketing, visando melhorar a imagem e suprir uma exigência de um mercado globalizado. Segundo LUIGI (1999) “*Gestão ambiental tornou-se moeda forte*”, tanto para o mercado interno, como, principalmente, para a inserção no mercado internacional e exigência para financiamentos.

A sociedade passa a valorizar cada vez mais as empresas que cuidam do ambiente. Os consumidores preferem os produtos ecologicamente corretos e muitas vezes “boicotam” e levam à público aqueles que agridem o meio ambiente. Desta forma, a empresa que responde a estes apelos possui vantagem competitiva e uma imagem positiva perante ao público.

Uma das maneiras de declarar à sociedade que as empresas possuem uma prática ambientalmente correta é a certificação, que é voluntária e, muitas vezes, reconhecida internacionalmente. Assim, dentre as diversas certificações existentes, a de reconhecimento internacional é a ISO 14000, que estabelece um padrão para a gestão ambiental. É um instrumento que permite que a empresa coordene as suas ações em toda a sua cadeia produtiva visando à melhoria contínua interna e com relação ao meio ambiente.

No Brasil, a certificação através da ISO 14000 vem crescendo de forma acentuada. Em 1998, eram 60 empresas certificadas, em 1999 este número subiu para 146 e estão previstas 350 empresas certificadas para o ano de 2000.

A ISO 14000 contempla dois grandes blocos: 1) a Avaliação da Organização que compreende o Sistema de Gestão Ambiental e está subdividido em Avaliação do Desempenho Ambiental e a Auditoria Ambiental e 2) a Avaliação de Produtos e Processos que abrange a Avaliação do Ciclo de Vida do Produto e está subdividido em Aspectos ambientais em Normas de Produtos e a Rotulagem Ambiental. Portanto, a rotulagem ambiental, objeto de nossa discussão, expressa a própria imagem da empresa, o produto e o processo utilizados dentro de normas que se preocupam com o meio ambiente.

Nesse contexto, não se pode deixar de, mais uma vez, chamar a atenção que as normas ambientais não atingem somente as grandes empresas multinacionais mas, também, as empresas menores que fazem parte da cadeia de fornecedores. Não atender as normas, num ambiente internacional altamente competitivo, pode resultar em verdadeiras barreiras não tarifárias às empresas exportadoras e/ou fornecedoras.

## 2.1. O SURGIMENTO DOS SELOS VERDES

Em decorrência da maior consciência ecológica dos consumidores, os atributos ambientais tornaram-se um dos diferenciadores na escolha de produtos. Em resposta, proliferam, em número cada vez maior, os rótulos ambientais (selos verdes), pois estes são o elo de comunicação entre o fabricante e o consumidor.

Os rótulos ambientais são selos de comunicação que visam dar informações ao consumidor a respeito do produto. A rotulagem ambiental caracteriza-se por um processo de seleção de matérias-primas produzidas de acordo com especificações ambientais. O selo verde identifica os produtos que causam menos impacto ao meio ambiente em relação aos seus similares.

Alguns selos verdes, partem do próprio fabricante que procura demonstrar os aspectos ambientais positivos do produto, visando a conquista dos consumidores. Estas informações nem sempre são verdadeiras. Outros selos são concedidos por organismos certificadores que fiscalizam e comprovam as informações.

Diversos países criaram seus próprios selos, os quais passaram a ser um diferencial competitivo. Na maioria dos casos, servindo de barreira comercial não tarifária. Dentre os países pioneiros na utilização da rotulagem ambiental de produtos, destacam-se: Alemanha – Blue Angel – criado em 1977, o programa mais antigo; Estados Unidos – Green Seal – 1989; União Européia – European Ecolabel – 1992.

A crescente proliferação de rótulos ambientais gerou vários problemas, pois os parâmetros eram pessoais, ou de um grupo de organização ou de um país. Tal situação levou a ISO 14000 a criar normas e critérios gerais para a rotulagem. A rotulagem ambiental, de modo geral, é objeto de estudo por parte do Subcomitê 03 da ISO (*International Organization for Standardization*), que, no Brasil, é representada pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas). Dentro da série ISO 14000, encontram-se as normas sobre a Rotulagem Ambiental, conforme Quadro 1.

### Quadro 1: Normas referentes à Rotulagem Ambiental

14020	Rotulagem Ambiental e Declarações – Princípios gerais para toda a rotulagem ambiental e declarações.
14021	Rotulagem Ambiental e Declarações – Audeclarações ambientais – Termos e definições.
14022	Rotulagem Ambiental e Declarações – Simbologia para os rótulos.
14023	Rotulagem Ambiental e Declarações – Testes e metodologias de verificação.
14024	Rotulagem Ambiental e Declarações – Rotulagem Ambiental Tipo 1 – Princípios gerais e procedimentos.

Fonte: D'AVIGNON, 1996

### III – PERSPECTIVAS PARA O SETOR MOVELEIRO

O processo de abertura comercial e a incorporação da variável ambiental nos negócios são recentes para o Brasil. Observa-se que as empresas que se encontram em fases mais adiantadas neste processo são as exportadoras.

A indústria moveleira do Brasil, a partir de 1998, vem recebendo incentivos através de programas governamentais e de representantes do próprio setor para a sua maior inserção no comércio internacional.

Percebem-se, no âmbito internacional, várias discussões referentes a produtos florestais. Algumas delas estão em estado avançado e adquirem o caráter de normas internacionais, as quais a indústria moveleira deve incorporar em suas decisões. Em 1983, foi firmado em Genebra, entre a Conferência das Nações Unidas Para o Desenvolvimento do Comércio e os países produtores e consumidores de madeira tropical, um acordo que afirmava que *“A partir do ano 2000 toda madeira tropical comercializada nos mercados nacional e internacional deverá sair de florestas manejadas, seguindo os critérios de sustentabilidade”*.

A data do acordo, ano 2000, exigiu mudanças urgentes de postura da indústria moveleira, principalmente para aquelas que ingressavam ou pretendem ingressar no comércio internacional.

Não há dúvidas, portanto, de que com a globalização e a abertura da economia, o mercado e os novos acordos internacionais passam a “ditar” as regras de inserção das empresas, assim como, a sua permanência no mesmo.

Em se tratando de madeiras, o Brasil possui vantagens competitivas e a certificação, seja ela florestal ou de produtos originários desta, pode se constituir num passaporte para a inserção no mercado internacional.

O setor madeireiro, e principalmente a indústria do mobiliário brasileiro, vive um novo momento em sua história em função do governo brasileiro incentivar as exportações através da APEX – Agência de Promoção de Exportação – e do PROEX – Programa de Financiamento às Exportações.

Através da APEX e da ABIMÓVEL (Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário) foi lançado, em 09/11/98, o PROMÓVEL – Programa Brasileiro de Incremento à Exportação de Móveis. O PROMÓVEL pretende aumentar as exportações de U\$ 335 milhões em 1998 para U\$ 2,5 bilhões, até o ano 2002. O programa é composto por 17 projetos, entre eles: a formação de consórcio de exportação para empresas; criação do selo verde; desenvolvimento de um design que atenda às necessidades do mercado externo; adequação das plantas industriais e programa de implantação de ISO 9000, concretização da ISO 14000.

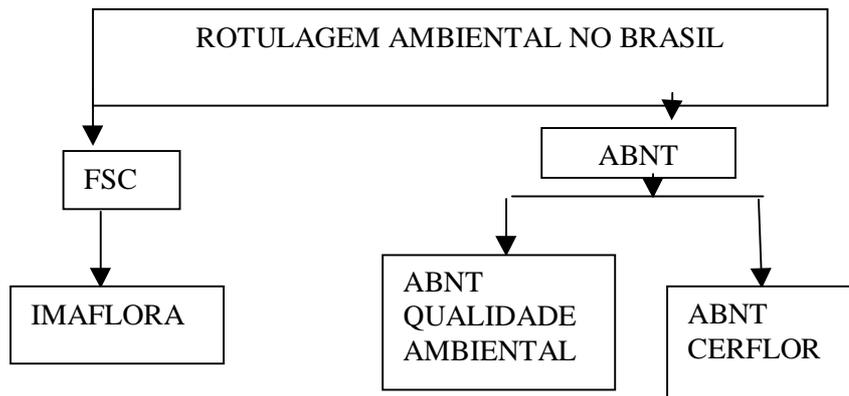
Percebe-se que a indústria moveleira realmente vive um momento singular e que, o Brasil, possui vantagens competitivas que devem ser exploradas e incentivadas. E, como citado anteriormente, fica claro que a certificação pode se constituir num passaporte internacional para a indústria brasileira.

#### 3.1. O SELO VERDE PARA A INDÚSTRIA MOVELEIRA

O setor moveleiro, destaca-se no Brasil na utilização do selo verde. Antecipando-se ao programa brasileiro, o setor busca programas internacionais visando suprir as suas necessidades. A implantação do selo verde tem como objetivo atingir toda a cadeia produtiva e, por isso o setor florestal, que é matéria prima para o moveleiro, também necessita ser certificado.

Os programas de rotulagem para a indústria moveleira brasileira estão explicitadas de maneira mais didática na figura 1.

**Figura 1: Responsabilidade da Rotulagem Ambiental no setor Moveleiro brasileiro**



### **3.1.1 - ABNT – QUALIDADE AMBIENTAL – O SELO VERDE BRASILEIRO**

O Brasil, também, responde às novas exigências internacionais e visando a suprir as necessidades empresariais de superarem as novas barreiras não tarifárias inicia, em 1993, um estudo sobre os programas de Rotulagem Ambiental (selo verde) existentes no mundo, visando fornecer bases para a formulação do modelo brasileiro.

O programa é coordenado pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas e atende ao modelo proposto pela norma ISO 14024. O selo é denominado ABNT – Qualidade Ambiental e visa suprir as necessidades brasileiras na área de certificação ambiental. Foram escolhidas dez categorias de produtos prioritárias para a certificação: papel, couro e calçados, eletrodomésticos, cosméticos, aerossóis livres de CFC, baterias de automóveis, detergentes, lâmpadas, móveis de madeira e embalagens.

Dentre estes, destacam-se os produtos de couro e calçados que foram escolhidos para ser a primeira categoria a ser certificada e o setor moveleiro (madeira) que manifestou interesse pelo selo.

No Brasil, a ABNT desenvolve dois programas que envolvem a indústria moveleira: o ABNT/CERFLOR, voltado para a certificação de florestas e o ABNT – QUALIDADE AMBIENTAL, voltado para produtos. O programa brasileiro de rotulagem encontra-se em fase final de elaboração. Por enquanto é, principalmente, em função da exportação que os produtores buscam o selo verde, porém a tendência é que mesmo em nível nacional os consumidores passem a exigir a comprovação de produtos ecologicamente corretos. Segundo pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI) e do Ibope, 68% dos consumidores brasileiros estavam dispostos a pagar mais por um produto que respeita o meio ambiente (MANFREDINE, 1999).

Como os dois programas encontram-se em fase final de elaboração, a indústria moveleira não pôde, ainda, se nortear e usufruir dos mesmos. Conseqüentemente a nossa análise estará centrada no FSC.

### **3.1.2 - ATUAÇÃO DO FSC NO BRASIL**

O FSC foi criado em 1993, com sede em Oaxaca - México, com a finalidade de promover o manejo florestal ambientalmente responsável, socialmente benéfico e economicamente viável.

O FSC é uma organização internacional independente, sem fins lucrativos e não governamental, reunindo 310 integrantes de 45 países representando os cinco continentes. Visa credenciar certificadoras e pretende ter suas próprias normas de manejo internacionalmente aceitas e, ao mesmo tempo, flexíveis para cada região. Sua certificação é considerada a mais completa e é o único selo verde aceito mundialmente.

O programa do FSC (*Forest Stewardship Council* – Conselho de Manejo Florestal), portanto, não é brasileiro, mas atua no Brasil. Ele credencia as certificadoras e o selo sob aval do FSC abrange tanto a matéria-prima (floresta) quanto os produtos derivados das florestas abrangendo toda a cadeia produtiva. O selo do FSC é aceito internacionalmente.

No Brasil, o IMAFLORA – Instituto Brasileiro de Certificação Florestal e Agrícola – faz parte do grupo de trabalho do FSC e trabalha em parceria com a *Rainforest Alliance*, uma certificadora credenciada pelo FSC.

Em junho de 1999, existiam seis certificadoras com atuação internacional. As certificadoras credenciadas ao FSC têm que desenvolver padrões baseados nos Princípios e Critérios do FSC, adaptados para cada região.

Em 1997 foi criado o grupo de trabalho do FSC no Brasil. Este grupo tem como um de seus objetivos coordenar o processo de elaborações de padrões regionais e nacionais de manejo florestal de acordo com os Princípios do FSC. O grupo de trabalho no Brasil é formado por vários órgãos que compõem a câmara social, a câmara ambiental e câmara empresarial, além dos organismos observadores.

Além disso, o Grupo de Trabalho do FSC-Brasil é dividido em dois subgrupos. Um grupo para plantações florestais (áreas de reflorestamento) e outro, para manejo florestal em terra firme na Amazônia Brasileira.

O Brasil possui 9 áreas florestais certificadas pelo FSC, totalizando 668.013 hectares. A certificação para a indústria moveleira envolve toda cadeia produtiva. Desta forma, para a fabricação de móveis de madeira, não basta que a madeira seja certificada, é necessário que a floresta seja certificada acontecendo o mesmo para os painéis, lâminas e demais matérias-primas.

Na área industrial, são 30 empresas certificadas que utilizam a madeira certificada como matéria-prima. São denominadas pelo FSC como “Cadeia de Custódia”, que quer dizer: ***“o canal pelo qual os produtos são distribuídos desde sua origem na floresta até o seu uso final”***.

A demanda, por parte do setor, pelo selo verde tem crescido de maneira acentuada demonstrando a aceitabilidade e a exigência do mesmo nas relações comerciais. Em junho de 1999, o Brasil possuía 13 empresas certificadas e, em abril de 2000, este número elevou-se para 30 observando-se um aumento de 131% .

Pode-se apontar que tal estágio de desenvolvimento e a maior procura de certificações em organismos reconhecidos internacionalmente, o que viabiliza a superação de parte das barreiras não tarifárias no comércio internacional de produtos nacionais, em parte, “força” a indústria moveleira a reformular o seu processo produtivo. Pode-se dizer que quando um maior número de empresas busca a certificação, esta certificação passa a se constituir não somente em diferencial, mas uma condição de se estar no mercado.

À medida que mais empresas possuam o selo verde a tendência é que os preços que eram diferenciados primeiramente passem a não o ser num segundo momento. Nesse sentido, os consumidores brasileiros tendem a mudar seus hábitos de consumo dando preferências para aqueles produtos que contemplem o selo verde.

Além disso, no Brasil, formou-se, em outubro de 1999, o grupo de Compradores de Madeira Certificada. O grupo conta com 40 empresas e pretende criar uma demanda interna por madeira com selo de procedência ambiental. A primeira reunião oficial do grupo realizou-se no dia 11 de abril de 2000 em São Paulo (FSC 2000).

A formação do grupo, o aumento pela demanda do selo verde e a atuação de grupos ambientais criam as condições objetivas de se disseminar no Brasil a importância da obtenção do selo verde e este passar a ser um diferencial, não somente para o mercado internacional que é a grande preocupação dos dias de hoje, mas, também, o comércio nacional.

#### **IV – CONCLUSÃO**

A rotulagem, não somente para o setor moveleiro, mas para todos os demais setores pode se constituir numa das garantias de permanência de mercado. Com o crescente movimento ambiental propagando a importância de produtos ecologicamente corretos, a tendência é que o consumidor mude seus padrões de consumo e a variável ambiental seja decisiva no momento da compra.

A rotulagem ambiental atinge toda a cadeia produtiva, assim, todas as organizações envolvidas no processo devem demonstrar, através da rotulagem, a respeitabilidade ao meio ambiente. Desta forma, a rotulagem não se restringe às grandes organizações. A micro e pequenas empresas também fazem parte do processo, geralmente são fornecedoras de matéria-prima para empresas maiores. Assim a rotulagem abrange todo o ciclo de vida do produto e em cada fase o respeito ao meio ambiente é uma exigência.

No setor moveleiro brasileiro, a rotulagem é realizada por dois órgãos: o FSC – Conselho de Manejo Florestal – e pela ABNT. Tanto o FSC quanto a ABNT seguem as tendências gerais do mercado internacional no que diz respeito às preocupações com o meio ambiente.

De uma maneira geral, o FSC apesar de ter relativa independência não se opõe às normas da ISO 14000 e segue os princípios contidos nesta última do desenvolvimento sustentável. A ABNT trabalha mais diretamente com a ISO, provavelmente, pelo fato de sua criação ser mais recente do que o FSC.

O programa do FSC encontra-se mais avançado e, sob seu aval, o Brasil possui 39 empresas certificadas. Já o programa da ABNT é subdividido em dois, Qualidade Ambiental e CERFLOR, os quais ainda se encontram em fase de desenvolvimento.

Pode-se apontar que tal estágio de desenvolvimento e a maior procura de certificações em organismos reconhecidos internacionalmente, o que viabiliza a superação de parte das barreiras não tarifárias no comércio internacional de produtos nacionais, em parte, “força” a indústria moveleira a reformular o seu processo produtivo. Pode-se dizer que quando um maior número de empresas busca a certificação, esta certificação passa a se constituir não somente em diferencial, mas uma condição de se estar no mercado.

## V- BIBLIOGRAFIA

- BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento e meio ambiente**. As estratégias de mudanças da Agenda 21. Petrópolis, Rio de Janeiro: vozes, 1997.
- BELLO, Célia V. **Zeri: Uma Proposta para o Desenvolvimento Sustentável, com enfoque na qualidade ambiental voltada ao setor industrial**, Dissertação de Mestrado apresentada ao curso de Engenharia da Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, 1998.
- BURSZTYN, M. et alii. **Para pensar o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- CERTIFICAÇÃO ABNT. Disponível na Internet via WWW. URL: <http://www.abnt.org/certific/index.htm>. Abril, 2000.
- CMMAD. **Nosso Futuro Comum**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- CUNEGUNDES, Patrícia. **Projeto de exportação de móveis**. Gazeta Mercantil. São Paulo: Por conta própria, 31/03/99, p. 03.
- D’AVIGNON, Alexandre. **Normas ambientais ISO 14000: como podem influenciar sua empresa**. Rio de Janeiro: CNI, DAMPI, 1996.
- DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. São Paulo: Atlas 1995.
- DUARTE, Marcos D. **Caracterização da Rotulagem Ambiental de Produtos**, dissertação de mestrado apresentada ao curso de Engenharia da Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, 1997. [online] Disponível na Internet via [www.epsw.ufsc.br/dissert97/duarte/](http://www.epsw.ufsc.br/dissert97/duarte/).
- FSC - CONSELHO DE MANEJO FLORESTAL. Disponível na Internet via WWW. URL: <http://www.wwf.org.br/fsc/>. Abril, 2000.
- HAOUR, Georges. Questões Ecológicas: Ameaça ou oportunidade? In: **Dominando Administração**. São Paulo: Makron, 1999.
- IMAFLORA. Disponível na Internet via WWW. URL: <http://www.imaflora.org/programs/fsc.htm> Abril, 2000.
- LUIGI, Giovannini. **Gerenciamento Ambiental: a nova senha para abrir mercados**. Revista Rumos. Economia e desenvolvimento para novos tempos. Nº 157. fevereiro de 1999.
- MANFREDINI, Camila. **Brasil implanta programa de certificação**. Gazeta Mercantil. São Paulo: 12/04/2000. p. A-8.
- NAHUZ, Marcio Augusto Rabelo. **O Sistema ISO 14000 e a Certificação Ambiental**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo. FGV. V.35. Nov/dez. 1995.
- NUNE, Dorivalder C. & CAVALHERIO, Felesberto. **Reflexões Sobre Gestão Ambiental**. Revista de Educação, Cultura e Meio Ambiente. Porto Velho, nº 11, 1998.
- REIS, M.J.L. **ISO 14000: gerenciamento ambiental – um novo desafio para a sua competitividade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1995.
- SALGUEIRO, S. **Indústria de móveis aposta na exportação**. Gazeta Mercantil. São Paulo: 10/11/98, p. A8
- SCHMIDHENY, Steffhan. **Mudando o Rumo: uma Perspectiva Empresarial Global sobre Desenvolvimento e Meio Ambiente**. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1992.
- TIBOR, Tom & FELDMAN, Ira. **ISO 14000. Um guia para as novas normas de gestão ambiental**. São Paulo: Futura, 1996.