

Recebido em 05/08/2018. Aprovado em 04/10/2018. Avaliado pelo sistema *double blind peer review*. Publicado conforme normas da ABNT.
<http://dx.doi.org/10.22279/navus.2019.v9n2.p148-158.828>

Ruan Carlos dos Santos Doutorando em Administração. Centro Universitário de Maringá (UNICESUMAR) – Brasil.
ruan_santos1984@hotmail.com
Ismael Luiz dos Santos Doutorando em Administração. Faculdade Avantis (AVANTIS) – Brasil.
Ismael.luiz.santos@gmail.com
Daniel de Souza Silva Junior Graduado em Administração. Faculdade Avantis (AVANTIS) – Brasil. danielss.j@hotmail.com

Madeiras plásticas? A novidade no mercado leva a uma gestão empresarial sustentável

RESUMO

O presente artigo busca responder por meio de um estudo de caso quais fatores influenciam na decisão de compra de madeira plástica. O objetivo principal é entender a importância da madeira plástica como produto inovador e sustentável na gestão ambiental. Através da percepção dos clientes da empresa Eco Deck, analisou-se o impacto da madeira plástica quanto a sua utilização e aplicabilidade; avaliou-se a importância da madeira plástica em termos de comercialização; além de verificar o grau de conhecimento dos consumidores acerca das questões que envolvem o consumo da madeira plástica. Portanto, foi aplicado um questionário com dez questões onde foi possível perceber a viabilidade comercial da madeira plástica, ao passo que sua propagação em termos de publicidade ainda se mostra tímida.

Palavras-chave: Gestão. Sustentabilidade. Produto Ecológico.

Plastic woods? New in the market and a sustainable business management

ABSTRACT

This paper aims to answer by means of a case study which factors influence the decision to buy plastic wood. The main objective is to understand the importance of plastic wood as an innovative and sustainable product in environmental management. Through the perception of the clients of the company Eco Deck, the impact of the wood was discussed as to its use and applicability; the importance of plastic wood in terms of commercialization was evaluated; In addition to verifying the level of knowledge of the consumers about the issues that involve the consumption of plastic wood. Therefore, a questionnaire with ten questions was applied where it was possible to perceive the commercial viability of plastic wood, while its propagation in terms of advertising is still timid.

Keywords: Management. Sustainability. Ecological product.

1 INTRODUÇÃO

As empresas estão descobrindo que gerenciar os resíduos de materiais descartáveis traz garantia de lucro e abre-se um mercado em potencial. A crise ambiental que tem se manifestado no planeta tem fomentado modificações na gestão das empresas obrigando-as a racionalizar recursos, alterar processos e a adaptar os respectivos modelos de negócios a uma nova abordagem de meio ambiente, destaca Dias (2002). Em decorrência disso, o modelo de consumo tem sofrido modificações significativas, produtos oriundos de reciclagem, por exemplo, têm buscado viabilizar não somente um desenvolvimento sustentável, mas inovações para a relação homem e meio ambiente, observa Demajoravic (2003). Os autores Castro e Oliveira (2009) pontuam que esta relação não precisa acontecer dentro de um processo de degradação, mas de reutilização e reciclagem de materiais, evitando distúrbios e desequilíbrios nos ecossistemas.

O presente artigo busca compreender a percepção das pessoas sobre o uso de materiais ecologicamente sustentáveis, colocando como elemento de observação as madeiras plásticas. Para tanto, aplicou-se um questionário a um grupo de clientes da empresa Eco Deck, aos quais são consumidores dos produtos fabricados com madeira plástica. Indaga-se, portanto, quais os fatores influenciam na decisão de compra das madeiras plásticas? A meta é entender a importância da madeira plástica como produto inovador e sustentável dentro da gestão ambiental; além de analisar, na percepção do cliente, o impacto da utilização da madeira plástica em suas tarefas; avaliar a importância da madeira plástica como produto de mercado; e verificar, sob o ponto de vista do cliente, o conhecimento deste acerca das questões que envolvem o consumo da madeira plástica.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta as madeiras plásticas e suas características, em seguida a gestão empresarial sustentável.

2.1 Madeiras Plásticas

De acordo com Guimarães (2013) este material apresenta várias vantagens sobre a madeira natural como resistência aos fungos e cupins, baixo consumo energético em sua produção e pode ser feita de material pós-consumo como frascos, garrafas, copos e outros materiais plásticos de pouca vida útil no mercado. Apesar destes benefícios Guimarães apresenta algumas deficiências deste produto como o custo em relação à madeira natural e sua limitação no manuseio de pequenos cortes. A sua produção acontece em oito etapas: reciclagem; moagem; lavagem e secagem; mistura; controle de qualidade; extrusão/intrusão ou pultrusão; controle de qualidade; e estocagem. Segundo Guimarães (2013) as madeiras plásticas podem ser serradas, aplainadas, pregadas, grampeadas, coladas, aparafusadas, soldadas, tingidas em bruto, coloridas com massas e pintadas, além de poderem trabalhar como estacas, *pallets*, dormentes para via férreas e outras demais aplicações.

A madeira plástica é um composto que utiliza tanto a madeira manufaturada quanto qualquer tipo de plástico utilizado, os quais passam por um processo de industrialização, no qual, a produção da massa plástica de madeira, ao resfriar se solidifica. Ela é, portanto, conforme Paula e Costa (2008) um produto moderno, resultado de alta tecnologia industrial aplicada para transformar resíduos plásticos em peças que imitam a madeira comum. O estudo desenvolvido por Paula e Costa (2008) apontou que a reciclagem ainda era um paradigma a ser quebrado. E que apesar da madeira plástica apresentar significativas vantagens sobre a madeira tradicional, verificou-se pouco conhecimento da matéria por parte dos consumidores.

2.2 Gestão Empresarial Sustentável

A adoção de práticas sustentáveis resulta a médio e longo prazo em uma nova perspectiva de vida para as próximas gerações, garantindo a manutenção dos recursos naturais necessários para uma melhor qualidade de vida. Uma produção responsável está diretamente ligada à conscientização ambiental e a manutenção dos insumos que demoram para se degradar no ambiente. Vários autores como Dias (2002); Neves (2002); Demajoravic (2003); Andrade e Jerônimo (2004); Portilho (2005); Reigota (2009); Mansoldo (2012) comentam que diversos insumos são encontrados no lixo comum, o qual, após o processo de coleta seletiva podem transformar-se em diversos produtos biodegradáveis que serão reciclados mais de uma vez. Sendo assim, a prática de gestão ambiental vem demandando produtos e serviços que estejam adaptados a esta nova tendência global, um sistema de gestão que ajuda as empresas a preservarem o meio ambiente ajudando a sociedade e garantido sua permanência no mercado, destaca Paulo, Dias Junior e Rangel (2009).

Neste sentido, argumentam Zambon e Ricco (2009), que é relevante e estratégico as empresas repensarem seu posicionamento e, a partir de então, direcionarem seus esforços também para novas oportunidades até então ignoradas ou desconhecidas. Um esforço sistemático voltado para o marketing e para inovação podem representar uma alternativa a mercados altamente competitivos e até mesmo saturados. Nessa perspectiva, a atuação empresarial também encontra espaço e oportunidade para inovar naquilo que, até então, era tratado como um processo exclusivamente gerador de impactos negativos. Na indústria, a eliminação do desperdício leva a uma cadeia de eventos e processos que podem vir a formar a base de uma surpreendente inovação na esfera empresarial.

Corazza (2003) explica que é necessário considerar, portanto, que a integração da gestão ambiental nas distintas atividades requer e gera ao mesmo tempo uma enorme quantidade de informações, das quais os profissionais têm necessidade para executar suas tarefas. Entretanto, as informações geradas em uma área de competência (digamos, na produção) podem ser de utilidade para os profissionais de outra área (na inovação, para o design de novos produtos ou processos, por exemplo; ou no marketing, para a promoção desses novos produtos etc.). Para que não haja duplicação de esforços, as informações e os conhecimentos gerados quando se incorpora a gestão ambiental nas distintas áreas de competência de uma organização não podem permanecer isolados, dentro dessas respectivas áreas, mas circular entre elas, de modo a serem compartilhados pelos profissionais na organização.

Em vista disso, é importante compreender que a integração entre os setores e/ou departamentos para com a gestão ambiental empresarial é de enorme responsabilidade, já que este interferirá diretamente em uma cultura organizacional já consolidada e que não pode ser diluída ante o que uma determinada empresa representa à sociedade. A Figura 1, mostra o envolvimento de toda a organização para com a integração da gestão ambiental empresarial e o seu relacionamento para com ele.

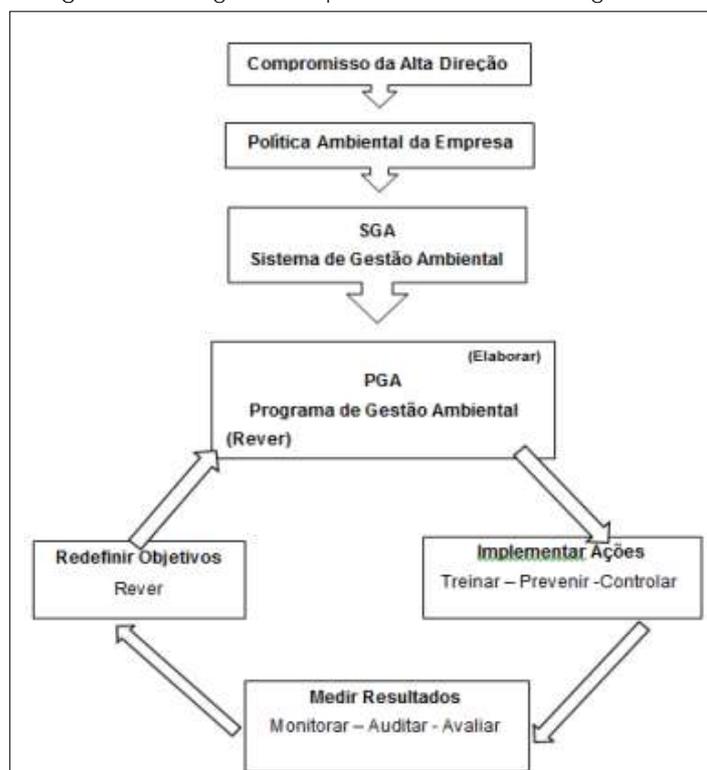
Figura 1 - Relacionamento do setor de gestão ambiental para com os outros setores



Fonte: Adaptado de Corazza (2003).

A fim de ser implementado esta interligação gerencial dentro de qualquer gestão empresarial é preciso que haja um processo de implantação denominado de Sistema de Gestão Ambiental. Como explicam Conceição *et al.* (2011, p. 3): “o Sistema de Gestão Ambiental (SGA) pode ser definido como um conjunto de procedimentos para gerir ou administrar uma organização, de forma a obter o melhor relacionamento com o meio ambiente”.

Figura 2 - fluxograma do processo de sistema de gestão ambiental

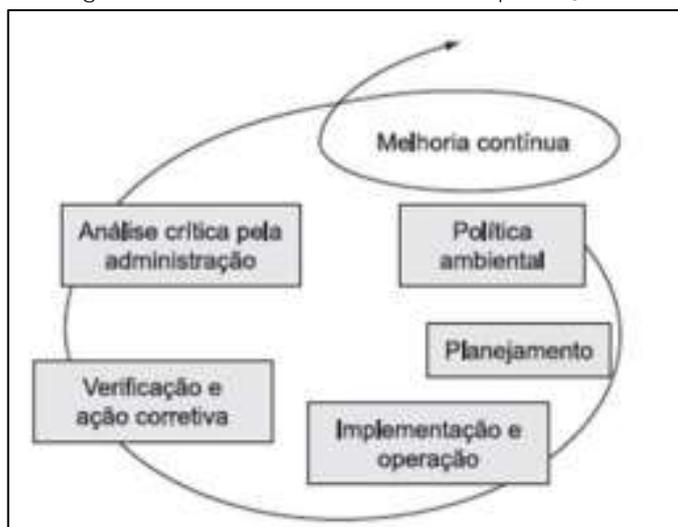


Fonte: Adaptado de Donaire (1995).

O processo de implementação de um SGA, conforme descreve o Fluxograma da Figura 2, consta quatro passos, as quais são completamente interligadas e interdependentes. Esta estrutura visa o controle de todos os aspectos de como uma gestão ambiental organizacional deve ser planejada e pensada pelos seus gestores para que todos os seus departamentos caminhem com consonância na economia de recursos não renováveis e, mesmo, renováveis, promovendo a economia ambiental em pequenas ações diárias que fazem diferença diretamente na economia financeira da organização. Por isso, requer um processo de planejamento, adequação e compromisso na mudança de pequenas atitudes e conceitos na cultura organizacional, a qual projeta todos os aspectos dos serviços e produtos ofertados, como também no tratamento dos resíduos produzidos.

Em vista disso, a finalidade da SGA é promover o desenvolvimento das competências empresariais e humanas consideradas essenciais para a viabilização das estratégias de negócios de uma forma sistemática, estratégica e contínua, como destacaram Oliveira e Pinheiro (2010), buscando promover, ao mesmo tempo, os princípios de sustentabilidade e responsabilidade social de modo consolidado.

Figura 3 - Resultado do Processo de Implantação de um SGA



Fonte: ISO (2005).

Por fim, todos estes processos têm um único intento, a Sustentabilidade Empresarial.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

O presente Estudo de Caso aborda qualitativamente a percepção de 50 clientes da empresa Eco Deck. A Eco Deck atende aos municípios de Balneário Camboriú, Itapema, Itajaí, Camboriú e outros da Região do Vale do Itajaí fornecendo materiais de construção e materiais ecológicos e sustentáveis que totaliza atualmente 70 clientes conforme tabela 1.

Tabela 1 - Características da Amostra

Característica da Amostra		
Cientes	Nº	%
Associados	70	100,00%
Participantes	70	28,58%
Respondentes	50	71,42%

Fonte: Dados obtidos na empresa Eco Deck (2016).

O grupo de clientes em foco na pesquisa é formado por pessoas físicas e jurídicas e compõe a totalidade da carteira ativa do segmento madeiras plásticas da Eco Deck. Por meio de um questionário aberto estruturado, buscou-se captar a percepção dos clientes sobre o tema em questão. Gil (2002) destaca que existem três instrumentos usuais de coleta de dados nos levantamentos por meio de técnicas de interrogação: o questionário, a entrevista e o formulário. Porém, ainda de acordo com Gil, o questionário é a técnica mais barata e mais rápida para a obtenção das informações e também não exige treinamento de pessoal e garante o anonimato. Um questionário é tão somente um conjunto de questões, feito para gerar os dados necessários para se atingir os objetivos do projeto, observa Parasuraman et al (1988).

Não existe uma metodologia padrão para o projeto de questionários, porém existem recomendações de diversos autores Gil (2002), Marconi e Lakatos (2007) com relação a essa importante tarefa no processo de pesquisa científica. Escolheu-se o questionário como instrumento de levantamento de dados por ele permitir a participação de um número grande de participantes (os clientes da empresa Eco Deck, sendo este o universo pesquisado), como por abranger uma maior localidade geográfica, possibilitando que seja pesquisado um público variado (clientes da Região do Vale do Itajaí). Tendo como base os objetivos específicos propostos que foram: analisar, na percepção do cliente, o impacto da utilização da madeira plástica; avaliar a importância da

madeira plástica como produto mercantil; verificar, sob o ponto de vista do cliente, o conhecimento acerca das questões que envolvem o consumo da madeira plástica, o questionário foi o instrumento mais indicado.

A amostragem se deu de forma não probabilística por uma amostra por conveniência devido a limitações de tempo, finanças e praticidade. A escolha por esta modalidade de amostragem foi ao encontro do público da empresa Eco Deck que abrange diversos municípios da Região do Vale do Itajaí. Uma vez que os mesmos interagem com a questão problema, objetivo principal e os objetivos específicos supracitados. Desta forma, esta metodologia de amostragem corrobora para responder em propriedade o estudo de caso escolhido. Quanto a análise dos dados a mesma foi feita através da interpretação de conteúdo, relacionando o posicionamento de cada pesquisado registrado nas questões com os demais respondentes.

Foram propostas quatro hipóteses para o desenvolvimento deste trabalho. São elas: a) A madeira plástica é um bom produto para ser utilização na construção civil; b) A madeira plástica é considerada uma boa alternativa para a fabricação de móveis em madeira; c) A utilização da madeira plástica é viável para o setor da construção civil, somente se apresentar uma boa relação custo benefício favorável; d) Na percepção dos clientes, a madeira plástica é uma excelente alternativa para a construção civil, devido à sustentabilidade durante o seu processo de produção.

4 APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS E ANÁLISES

A percepção dos respondentes sobre o levantamento da Questão 1 gerou como resultado que 63% dos clientes acreditam que a sustentabilidade seja um sistema integrado de gestão com benefícios sociais e para o meio ambiente. Já 37% acreditam que o significado de sustentabilidade seja Responsabilidade Social. Este resultado notifica que o significado do termo Sustentabilidade já está contemplado na sociedade como um sistema de gestão com benefícios sociais e para o meio ambiente. Apesar da maioria dos respondentes terem claramente o que significa sustentabilidade para si, fica evidente que os outros ainda confundem seu sentido com práticas que estão interligadas à própria sustentabilidade, como é o caso da responsabilidade social. Assim sendo, é importante considerar estes dois pontos como questões importantes para serem trabalhadas para com os clientes diminuindo suas dúvidas quanto seja o significado de responsabilidade social, e ampliando seus conhecimentos sobre o que é Sustentabilidade.

O segundo questionamento foi referente aos fatores que levaram os clientes a comprarem um produto sustentável. Com base nas respostas dos entrevistados, obteve-se como resultados que 50% dos clientes acreditam que o fator principal que leva as pessoas a comprarem produtos sustentáveis são os princípios de responsabilidade social, seguido por 37% que consideram como fator determinante os princípios de sustentabilidade, e 13% porque acreditam que estes produtos sejam mais úteis, resistentes e duradouros. Este resultado, embora possa parecer conflituoso em primeira vista para com as respostas dadas na questão anterior, na verdade não o são, por causa da propriedade do sentido que abarca o conceito de responsabilidade social, o qual também prospecta para com medidas importantes junto ao meio ambiente e os benefícios que a preservação ambiental possui; contudo é apenas um dos princípios em que está sustentado este conceito.

Verifica-se pelo comparativo entre estas vertentes que o enfoque dado nesta questão pelos respondentes foi no fato deles observarem que a empresa Eco Deck possui como prática profissional, não somente como valor agregado em seus produtos e serviços, o conceito de sustentabilidade, mas enfoca justamente na prática constante da responsabilidade social em seus princípios englobados. Muito embora uma minoria acredite que com a compra de produtos ecologicamente corretos estejam somente o consumo da utilidade, da resistência e durabilidade. Não obstante, que seja também a perspectiva da inovação tecnológica em considerar estes aspectos nesta nova modalidade de produtos, não é somente isso que leva o consumidor a adquirir um produto sustentável, mas sim o conceito do próprio consumidor do sejam princípios de responsabilidade social, para os quais a empresa corresponda.

O terceiro levantamento realizado foi sobre entender se o cliente conhece o produto que a Eco Deck disponibiliza, o qual é objeto desta pesquisa: a madeira plástica. Com base nas respostas dos entrevistados, 62% das pessoas participantes disseram possuir conhecimento sobre a madeira plástica. Contudo, 38%

afirmaram desconhecer o que seja este tipo de madeira. Esta informação vem a notificar que a grande maioria dos respondentes conhece o produto madeira plástica ou ecológica. Isso caracteriza que muitas pessoas estão buscando informações sobre materiais e produtos ecológicos ou alternativos, como utilizando-os no dia a dia. Embora, de modo relevante, muitos ainda desconheçam o que seja a madeira plástica.

A quarta questão visa notificar o que levou as pessoas que conhecem a madeira plástica a comprá-la. Com base nas respostas dos entrevistados, têm-se que 50% dos respondentes consideram que os fatores que levam os clientes a comprar a madeira plástica foram a durabilidade do produto e a preservação ambiental. Esta perspectiva vem a corroborar com o que Paula e Costa (2008) afirmam que a madeira plástica vem sendo apontada como uma grande tendência para substituir a madeira tradicional por apresentar inúmeras vantagens sobre esta, como: durabilidade superior, imunidade ao ataque de fungos, cupins, e outros insetos, resistência a umidade e rachadura, não apresenta trincas sob a ação do sol ou chuva, não exige nenhum tipo de manutenção e, além de tudo, contribui com o meio ambiente evitando o desmatamento e transformando o plástico em um produto útil à sociedade. Percebe-se, por meio desta afirmação que os respondentes possuem conhecimento das vantagens do produto e de suas características principais para optarem por comprar este tipo de produto ecológico.

Na quinta questão, perguntou-se se as explicações durante o atendimento acerca da madeira plástica, deixaram o cliente com que impressão do referido produto. Com base nas respostas dos entrevistados, observa-se que 50% dos respondentes definiu que a partir das explicações ficaram animados a adquirir o produto ecologicamente correto, e 25% responderam que ficaram curiosos para pesquisar mais sobre outros materiais ecologicamente corretos. Contudo, 12% afirmaram que ficaram com dúvidas sobre o processo de durabilidade do produto madeira plástica e 13% afirmaram que as explicações acerca da madeira plástica durante o seu atendimento foram simplesmente satisfatórias.

Este resultado demonstra que a empresa Eco Deck tem qualidade na apresentação do produto munindo o cliente de informações para atendê-lo com efetividade. Contudo, a relação entre a empresa e seus fornecedores revela que acerca do produto - madeira plástica – é necessário mais informações, e sugeriram a criação de manual sobre as especificações do produto, ajudando ainda mais nas explicações técnicas aos usuários. Portanto, deve continuar focando no que o cliente deseja obter de informação para se sentir cativado a comprar o respectivo ou mesmo pesquisar sobre outros. Conforme delineiam Costa, Nakata e Calsani (2013), a relação existente entre o atendimento e o tratamento é que todo atendimento deve conter um bom tratamento para que possa obter uma maior aproximação do sucesso da venda da imagem e/ou produto. Por isso que atender bem e com qualidade parece ser uma tarefa difícil, mas com investimento em treinamento e desenvolvimento, o atendimento ao cliente pode ser um diferencial diante de tantos concorrentes.

A sexta questão procurou saber se o cliente recomendaria a seus amigos e conhecidos a utilização da madeira plástica. Todos os respondentes recomendaram a utilização da madeira plástica. Recomendar a utilização de um produto está diretamente relacionado o quanto o cliente ficou satisfeito para com ele, não somente pelo seu aperfeiçoamento técnico, como também considerou profundamente a qualidade do produto obtido. É essa situação que se pode observar em relação à madeira plástica, não somente por seus atributos funcionais, mas também por substituir de forma mais qualificada a madeira natural. Ante a este resultado observa-se que tanto a inovação quanto a técnica da madeira plástica e sua grande aplicabilidade no mercado ajudam que ela seja um produto altamente recomendado.

Na sétima questão, perguntou-se se deveria haver maior publicidade deste tipo de material ecológico para utilização comercial. Todos os respondentes afirmaram que deveria existir uma maior publicidade da madeira plástica para a utilização comercial. A publicidade ou o marketing do produto torna mais eficaz a iniciativa das pessoas a adquirirem produtos conforme as suas necessidades e desejos. E realmente isso falta quando se trata do tema desta pesquisa, a madeira plástica, não somente deste excelente material de construção e decoração, muitos outros produtos ecologicamente corretos são desconhecidos do público uma vez que a política por mais sustentável e responsável que se afirme não incentiva a utilização de produtos que, a apesar do preço, são bons, duráveis e práticos para muitas outras utilizações.

Na oitava questão, aferiu-se se os clientes comprariam outros tipos de materiais ecológicos além da madeira plástica. Todos os respondentes afirmaram que comprariam outros tipos de materiais ecológicos. Esta perspectiva pode ser explicada por Brandalis, Possama e Bertolini (2009, p. 107):

A consciência ambiental decorre do conhecimento de que seu comportamento pode influenciar o futuro da natureza e das pessoas, ou seja, a pessoa que possui consciência ambiental irá mudar seu comportamento, buscando como objetivo a preservação da natureza e se interessando por ações e produtos ambientais.

Em vista disso, o consumidor ecológico é aquele que tem a atitude de selecionar os produtos que compra e usa, dando preferência aos que contaminam menos e privilegiando as empresas que investem na preservação ambiental. Assim, se os consumidores estiverem interessados na preservação do meio ambiente, tendo uma necessidade de cuidar da natureza, que pode ser reflexo de uma conscientização ambiental, eles se tornarão consumidores ecologicamente corretos e perceberão a oferta ou estímulo de empresas que produzem produtos ecológicos. Diante deste contexto, fica considerado que as pessoas que utilizam materiais ecológicos tendem a procurar produtos deste nicho de mercado. Estes consumidores valorizam a qualidade tanto dos processos de fabricação quanto do produto em si, cujas técnicas e inovação vêm a contribuir para uma sociedade consciente de sua responsabilidade social buscando a sustentabilidade.

A nona questão, buscou captar qual recomendação o cliente daria a empresa Eco Deck para promoção dos materiais ecológicos. Na percepção de 75% dos clientes a empresa precisa divulgar mais o seu mix de produtos ecológicos. Outros 13% afirmaram que precisa haver um maior esclarecimento dos produtos por parte de seus vendedores no que tange a aplicação dos materiais. E outros 12% consideram que a empresa precisa adquirir outros produtos ecológicos oferecendo variedade ao cliente. Portanto, para a maioria dos clientes a empresa, Eco Deck precisa encontrar meios de divulgar seus produtos para ser mais conhecida no mercado e, por conseguinte, estabelecer-se como uma empresa prestadora de serviços para a construção e decoração de produtos sustentáveis, sem perder a qualidade no atendimento. Divulgar significa investir na promoção, ou seja, melhorar a publicidade dos produtos ofertados em seu processo no canal de distribuição.

Por fim, a décima questão procurou saber como os clientes poderiam conceituar possivelmente, de modo sucinto, a empresa Eco Deck. Com base nas respostas dos entrevistados, pôde-se observar que a empresa Eco Deck foi conceituada pela maioria dos respondentes (50%) como promotora do desenvolvimento sustentável, seguido, de igual modo, pela conceituação de ecologicamente correta e destacando a sua importância para o ramo de materiais ecológicos, cujos respondentes opinaram respectivamente por 25% de suas preferências.

5 ANÁLISES DE RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ser conceituada como uma organização promotora do desenvolvimento sustentável significa afirmar que a **empresa Eco Deck adotou estratégias que “consideram a preservação ambiental, a transparência das ações empresariais, a responsabilidade com o crescimento econômico do país e o compromisso com o bem-estar social”, destaca Azevedo (2006, p.76). Em outras palavras, a empresa Eco Deck está preocupada e voltada a cooperar por uma sociedade cada vez mais responsável na utilização de recursos naturais renováveis, e principalmente, não renováveis, tornando-se uma empresa, cujos produtos promovam a ecologia com uma aplicabilidade estética.**

Refletindo sobre os resultados apresentados no questionário que foi aplicado observa-se que, de modo geral, os clientes da empresa Eco Deck estão satisfeitos com o atendimento e com os produtos oferecidos, como também possuem conhecimento profundo das atividades desenvolvidas que são, em primeiro lugar, promover, por meio de produtos sustentáveis, a promoção da sustentabilidade garantindo a responsabilidade social, não somente durante o atendimento, mas também no pós-vendas. Em segundo lugar, garantir à sociedade produtos e serviços de e com qualidade, levando em conta sempre os princípios que são os pilares da organização: a sustentabilidade e a responsabilidade social.

Há, contudo, a necessidade de aperfeiçoar o atendimento no momento de tirar dúvidas dos clientes quanto ao *mix* de produtos da empresa, ao mesmo tempo que seja melhor divulgado e promovido, não somente a fornecedores, mas à sociedade deixando explícita a importância de sua utilização e benefícios para ela como para o meio ambiente.

Tendo como discussão os produtos da empresa Eco Deck, é preciso se focar no produto tema deste trabalho que é a madeira plástica. Apesar da maioria dos respondentes conhecerem e recomendarem a utilização da madeira plástica, é fundamental para esta organização que a promova de uma melhor maneira a fim de que as pessoas venham a conhecer com maior clareza e profundidade a importância da utilização desta inovação para mercado. Tal produto é possível de ser utilizado tanto em nível urbanístico quanto doméstico e ter sua aplicabilidade além da decoração. Com isso, se promove a preservação de muitas árvores como também da própria construção civil.

Portanto, este ponto de vista, é importante notar dentro das considerações atuais de desenvolvimento juntamente com a exigências emergentes da própria sociedade, é importante oferecer a ela produtos que expressam a necessidade ambiental com crescimento responsável e sustentável. É nisso, que se baseia para a empresa Eco Deck o seu conceito de sustentabilidade, o qual permite com que a sociedade possua conhecimento de produtos alternativos que melhorem a qualidade do meio ambiente, juntamente com o crescimento exponencial da sociedade e suas exigências de consumo para produtos que sejam, ao mesmo tempo, de alta qualidade, duráveis e que não agridam ao meio ambiente.

É esse conceito de sustentabilidade que os clientes da empresa procuram quando estão em busca de produtos que embelezem seus espaços, mas que os mesmos possuam embutidos concepções de responsabilidade e preservação do meio ambiente.

O próximo capítulo apresentará as considerações finais da pesquisa como tratará de suas limitações, expondo a concretização da pesquisa.

6 CONCLUSÃO

A madeira plástica é um produto altamente benéfico para a sociedade uma vez que promove a preservação do meio ambiente e sua produção é altamente recomendada para a substituição da madeira natural nos projetos direcionados à construção civil e à decoração.

Com durabilidade indeterminada e de fácil manutenção é um produto altamente inovador trazendo unicamente possibilidades de novos produtos, no que poderá substituir, aos poucos, o próprio consumo de madeira. Com isso, é um produto altamente sustentável e que beneficiará a reciclagem do plástico e de muitas fontes de madeira natural, havendo um aumento na preservação ambiental de um recurso que não é tão renovável como pode-se observar: as árvores.

As árvores, dependendo do tipo de madeira, mas especificamente daquelas utilizadas na construção civil e decoração demoram centenas de anos para ganhar corpo e forma para produzir os bens de consumo necessários à vida humana. Contudo, sua manutenção é cara e o tempo de durabilidade, dependendo do produto a ser modelado, não dura nem uma geração.

Já a madeira plástica possui durabilidade superior a uma centena de anos devido a sua mistura com o plástico. E o mais importante não perde sua flexibilidade e beleza, podendo ser um grande substituto para a fabricação de instrumentos delicados como o violino. Ou é possível que se invente até outros tamanha é a qualidade do material.

Portanto, os resultados alcançados conseguiram responder à pergunta problema a que se referiu para a apresentação deste tema, sendo ela: Quais são os fatores que influenciam na decisão de compra de madeira plástica? Tendo sido respondida que são a durabilidade do produto como a preservação ambiental promovida pelo mesmo. Contudo, somente depois de tomarem conhecimento do produto é que as pessoas poderiam chegar a esta conclusão, sendo esta a opinião dos clientes da empresa Eco Deck. Como afirmativamente os mesmos comprariam e recomendariam a madeira plástica para seus amigos. Sendo estas considerações prerrogativas de dois objetivos específicos, que foram: Analisar, na percepção do cliente, o impacto da utilização da madeira plástica; Avaliar a importância da madeira plástica como produto mercantil.

Logo, com uma grande campanha de divulgação e promoção deste produto o consumo dele aumentaria consecutivamente. Dessa forma, acalhou-se o terceiro objetivo que era: Verificar, sob o ponto de vista do cliente, o conhecimento acerca das questões que envolvem o consumo da madeira plástica. Neste contexto, a respectiva pesquisa consegue corroborar o seu objetivo principal que foi: Entender a importância da madeira plástica como produto de gestão ambiental inovador sustentável. Nesta perspectiva, aponta-se que é viável não somente a utilização da madeira plástica, como os clientes da empresa Eco Deck aprovam tal produto substituído da madeira natural. Apesar de muito ainda ter que ser feito para que se mude os hábitos e se consiga promover sua utilização para toda a sociedade, que é a estimulação de seu consumo.

Sendo um produto, portanto, altamente original, viável e com grande valor mercadológico agregado, e o qual pode trazer muitas possibilidades de aplicação para o uso cotidiano e para a realização de pesquisas, as quais buscando a inovação, precisam se focar na área de engenharia civil e arquitetura e urbanismo, a fim de prospectar tal produto além de sua utilização restrita à área de decoração.

Além disso, verificou-se que as quatro hipóteses propostas para este estudo - a madeira plástica é um bom produto para ser utilização na construção civil; a madeira plástica é considerada uma boa alternativa para a fabricação de móveis em madeira; a utilização da madeira plástica é viável para o setor da construção civil, somente se apresentar uma boa relação custo benefício favorável -, corroboram com os resultados apresentados e analisados. Isso torna o tema desta pesquisa muito promissor para futuros estudos, uma vez que suas considerações podem ser mais aprofundadas ao se tratar de produtos ecológicos para a sua implantação comercial.

Neste contexto, é relevante para a Faculdade, uma vez que a academia precisa buscar conhecimento de produtos sustentáveis a fim de conhecer e incentivar a utilização deste e de tantos outros materiais sustentáveis, não somente pelo espaço afirmativo de sua conduta ante a responsabilidade social, mas como promotora do saber e tecnologias avançadas para o bem social e a conservação do meio ambiente. Agregando, assim, em inovação com projetos concretos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, T.; JERÔNIMO, V. Meio ambiente: lixo e educação ambiental. João Pessoa: Editora Grafset, 2004.

AZEVEDO, A. L. V. Indicadores de sustentabilidade empresarial no Brasil: uma avaliação do relatório do CEBDS. REVIBEC: Revista Iberoamericana de Economia Ecológica, Barcelona, v. 5, p. 75-93, 2006.

BRANDALIS, L. T.; POSSAMA, O.; BERTOLINI, G. R. F. A percepção dos consumidores de produtos ecologicamente corretos: estudo de caso em pequena empresa. Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, v. 3, n. 1, p. 99-119, 2009.

CASTRO, A. C. F.; OLIVEIRA, E. B. O desenvolvimento sustentável e produção mais limpa: um estudo de caso em uma empresa do setor moveleiro. Contexto, Porto Alegre, v. 9, n. 16, 2009.

CONCEIÇÃO, A. *et al.* A Importância do Sistema de Gestão Ambiental (SGA): estudo de caso na Empresa Grande Rio Honda em Palmas – Tocantins. 2011. (Monografia) - Faculdade Católica de Tocantins. Disponível em: http://www.catolica-to.edu.br/portal/portal/downloads/docs_gestaoambiental/projetos2011-1/4-periodo/A_IMPORTANCIA_DO_SISTEMA_DE_GESTAO_AMBIENTAL_%28SGA%29.pdf. Acesso em: 2 out. 2018.

CORAZZA, R. I. Gestão ambiental e mudanças da estrutura organizacional. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 1-23, jul./dez. 2003.

COSTA, C. U.; NAKATA, Y. U.; CALSANI, J. R. S. Qualidade no atendimento: a influência do bom atendimento para conquistar os clientes. Revista Científica Eletrônica UNISEB, Ribeirão Preto, v. 1, n. 1, p. 54-65, jan./jun. 2013.

DEMAJORAVIC, J. Sociedade de risco e responsabilidade socioambiental: perspectivas para a educação corporativa. São Paulo: Editora Senac, 2003.

DIAS, G. F. Pegada ecológica e sustentabilidade humana. São Paulo: Gaia, 2002.

DONAIRE, D. Gestão ambiental na empresa. São Paulo: Atlas, 1995.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2002.

Guimarães, L. F. C. Avaliação dos aspectos técnicos e econômicos na produção de Madeira Plástica por meio da utilização de materiais reciclados. 2013. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais). Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUOS-9KSJ28/disserta>. Acesso em: 02 de out. 2018.

ISO. International Organization International Organization for Standardization for Standardization. Sixth working session: ISO Central Secretariat services and support. In: TC/SC Chairs Conference, Geneva, p. 2-44, 2005.

MANSOLDO, A. Educação ambiental na perspectiva ecológica integral: como educar neste mundo em desequilíbrio. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

NEVES, W. Antropologia ecológica. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

OLIVEIRA, O. J.; PINHEIRO, C. R. M. S. Implantação de sistemas de gestão ambiental ISO 14001: uma contribuição da área de gestão de pessoas. Gestão da Produção, São Carlos, v. 17, n. 1, p. 51-61, 2010.

PAULA, R. M.; COSTA, D. L. C. Madeira plástica: aliando tecnologia e sustentabilidade. //n. ENCONTRO LATINO AMERICANO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E VIII ENCONTRO LATINO AMERICANO DE PÓS-GRADUAÇÃO, 12., 2008, Vale do Paraíba. Anais [...]. Disponível em: http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2008/anais/arquivosEPG/EPG01083_04_O.pdf. Acessado em: 02 out. 2018.

PAULO, R.; DIAS-JUNIOR, C. A. S.; RANGEL, F. B. As práticas de gestão ambiental nas empresas. //n. SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 10., 2009, Porto Alegre. Anais [...]. Porto Alegre: PUCRS, 2009. Disponível em: http://www.pucrs.br/edipucrs/XISalaolC/Ciencias_Sociais_Aplicadas/Administracao/84416-RUANAPAULO.pdf. Acesso em: 03 de out. 2018.

PORTILHO, F. Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania. São Paulo: Cortez, 2005.

REIGOTA, M. O que é educação ambiental? 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 2009.

ZAMBON, B. P.; RICCO, A. S. Sustentabilidade empresarial: uma oportunidade para novos negócios. [2009]. Disponível em: http://www.craes.org.br/arquivos/artigos/artigos_sustentabilidade_empresa_uma_oportunidade_para_novos_negciosl.pdf. Acesso em: 3 out. 2018.