



FACULDADE ANTONIO MENEGHETTI

Curso de Especialização MBA Gestão de Negócios e Intuição

LILIAN WERNER PHILIPPI DA SILVA

**DESENVOLVIMENTO DO JOVEM LÍDER E SUSTENTABILIDADE
ECONÔMICA – SOCIAL – AMBIENTAL: UM ESTUDO DE CASO DA
LAVANDERIA ACQUACHIARA**

Recanto Maestro

2010

**DESENVOLVIMENTO DO JOVEM LÍDER E SUSTENTABILIDADE
ECONÔMICA – SOCIAL – AMBIENTAL: UM ESTUDO DE CASO DA
LAVANDERIA ACQUACHIARA**

Lilian Werner Philippi da Silva¹

Soraia Schutel²

RESUMO

A pesquisa tem como objetivo demonstrar como a implementação de um novo negócio em serviços de lavanderia pode contribuir para o desenvolvimento sustentável e a formação do jovem. Com isto, relatar o processo de implantação do projeto; demonstrar como este projeto contribui para os 8 Objetivos do milênio; discorrer sobre a formação integral dos jovens no Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista Recanto Maestro e descrever como o Recanto Maestro estimula e apóia o empreendedorismo. Por meio de revisão de literatura, pesquisou-se os principais autores que abordam os temas de sustentabilidade e de que maneira acontece a formação do jovem, e através do estudo de caso verificou-se de forma prática como foi o passo a passo da implementação de um empreendimento de serviços de lavanderia. Pôde-se concluir que é recomendável para a empresa prever suas ações de responsabilidade social desde o primeiro planejamento organizacional. Quanto à formação da jovem gestora, percebe-se que essa se deu por meio da experiência prática em um ramo de negócios até então por ela desconhecido e também, de forma muito marcante, ao vivenciar o modelo de gestão desenvolvido no Recanto Maestro.

Palavras Chave: Sustentabilidade; Liderança; Serviços.

ABSTRACT

The research aims to demonstrate how to implement a new business on laundry services can contribute to sustainable development and education of young. With this, describe the process of implementing the project; demonstrate how this project contributes to the eight Millennium Goals, discuss the formation of young people at the International Center for Art and Humanist Culture – Recanto Maestro, and describe how the Recanto Maestro encourages and supports entrepreneurship. Through literature review, surveyed the main authors who address the issues of sustainability and how the youth are being trained, and through the case study it was found as a practical step by step implementation of an enterprise service laundry. It was concluded that the company is recommended to provide their social responsibility since the first organizational planning. As to the formation of the young manager, you realize that this was done through practical experience in a line of business unknown and it also, quite remarkable, when experiencing the management model developed at the Recanto Maestro.

Keywords: Sustainability, Leadership, Services.

¹ Graduada em Turismo Gestão Hotelaria | Graduanda em Administração.

² Mestre em Administração | Especialista em Psicologia com Endereço em Ontopsicologia | Especialista em Gestão Educacional | Graduada em Administração.

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por objetivo apresentar como uma lavanderia localizada em área rural no interior do Rio Grande do Sul (no distrito Recanto Maestro, localizado no município São João do Polêsine) pode funcionar com responsabilidade social. Vê-se aqui a possibilidade de se abordar o termo responsabilidade social porque este empreendimento nasce sem visar apenas finalidades econômicas, mas também preocupado com a garantia de novos empregos para a comunidade local, a oferta de formação profissional para os colaboradores contratados, o consumo de insumos produzidos na região e a relação ótima com o meio ambiente. Balizam a responsabilidade social da empresa os princípios e valores já presentes nas demais empresas do distrito Recanto Maestro (RS), e que são encontradas na lavanderia. São princípios que permitiram ao Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista Recanto Maestro obter reconhecimento, em 2007, por ser uma iniciativa que contribuiu para o atingimento dos Oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio da ONU.

Estudando documentos relacionados aos ODM, tais como o Quarto Relatório de Acompanhamento Nacional dos ODM, publicado em abril deste ano pelo Governo Federal, percebe-se que a lavanderia contempla o 2º Objetivo, que diz respeito a *Educação básica de qualidade para todos*, e o 7º Objetivo, cujo enunciado é *Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente*.

A coerência com o segundo ODM se dá, como mostram os próximos itens desse projeto, tanto pela formação profissional da jovem empreendedora responsável pelo planejamento e administração de todo o desenvolver da empresa, como pela futura capacitação dos colaboradores que serão contratados para atuar na lavanderia. Pretende-se que a capacitação não seja apenas uma etapa inicial, para admissão dos colaboradores, mas sim um constante estímulo e fornecimento de meios para que esses possam manter uma formação contínua. O critério nessa contratação se dá, principalmente, pela opção por mão de obra local, auxiliando a ampliar assim a perspectiva dos moradores da região em relação à qualidade de vida e auxiliando no combate ao êxodo rural.

Quanto à formação da jovem empreendedora, essa segue o exemplo do que é o perfil adotado no Projeto do Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista Recanto Maestro e também na Antonio Meneghetti Faculdade: a partir do momento em que se tem um colaborador que possa ampliar as próprias atividades profissionais auxiliando a gerenciar um

serviço para o qual o distrito possui demanda, são possibilitados os meios e é incentivado que o colaborador aprenda na prática como se faz o negócio para o qual se propôs.

Dessa forma, a jovem empreendedora se lançou na realização de uma série de atividades, desde setembro de 2009, para poder dar início a lavanderia, tais como pesquisas sobre o funcionamento desse ramo empresarial (estudando tipos de serviços prestados, maquinários e produtos necessários, aspectos arquitetônicos demandados para o prédio, formas de construção e de logística de trabalho que causassem menos danos ambientais, investimentos financeiros necessários e leis pertinentes ao negócio), realização de estágios em cinco lavanderias com diferentes perfis de atuação, envolvimento na formatação da marca e identidade visual da empresa, definição do público alvo e das ferramentas de marketing para captação de clientes e planejamento das ações da lavanderia voltadas ao desenvolvimento das pessoas e da sociedade.

Quanto aos aspectos financeiros, a realização desse empreendimento foi pensada por meio de um modelo de financiamento já utilizado por outras empresas do distrito Recanto Maestro. As empresas do Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista Recanto Maestro ao se desenvolverem geram recursos e esses recursos são investidos em novas empresas, que abrem oportunidades para novos empreendedores. A partir do momento em que administra a própria empresa, o novo empreendedor também vai gerar recursos e fornecê-los para criar novas oportunidades de investimento em novas empresas, formando um ciclo de desenvolvimento. É possível observar, portanto, que, apesar de essa iniciativa não estar relacionada com a garantia de ensino básico e de qualidade para todos, que é o principal enunciado do segundo ODM, ela está relacionada com a continuidade do crescimento do jovem ao ingressar no mercado de trabalho, dando portanto, um desfecho adequado para a formação disponibilizada pelo segundo ODM.

Quanto a relação com o ODM 7, são explicitados nos próximos itens deste artigo que toda a opção de maquinário adotado para a lavanderia e de tecnologias para a construção do prédio estão de acordo com a busca por um empreendimento sustentável e ecologicamente correto. Da mesma forma, procurou-se desde o início a coerência com a legislação ambiental que rege esse tipo de setor econômico, sendo a primeira lavanderia ecologicamente correta da região. Desta forma o presente artigo tem como objetivo geral: demonstrar como a implementação de um novo negócio no ramo de serviços pode contribuir para o desenvolvimento sustentável e a formação do jovem. E possui como objetivos específicos:

relatar o processo de implantação do projeto; demonstrar como este projeto contribui para os 8 Objetivos do milênio; discorrer sobre a formação integral dos jovens no Recanto Maestro e descrever como o Recanto Maestro estimula e apoia o empreendedorismo.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O projeto de responsabilidade social da lavanderia enfatiza dois fatores, o primeiro é o desenvolvimento e a formação do jovem (no caso, da empreendedora) e o segundo é a sustentabilidade ambiental do empreendimento. No que diz respeito a esses aspectos, realizou-se uma pesquisa de referencial teórico para embasar a percepção que já se tinha, na prática, quanto a aplicabilidade desses conceitos no *case* da empresa recém-criada. Os resultados dessa pesquisa estão relacionados a seguir.

Em um primeiro momento, se buscou a definição do que era referido ao se falar em jovem. Para tanto, apesar de não desconsiderar os autores que se referem a essa etapa como sendo uma faixa etária, considerou-se também como um período de vida marcado por determinadas características psíquicas. Ao considerar dessa forma, a pesquisa vai ao encontro do pensamento de Meneghetti (2005): “Jovem é quem têm integro o potencial de poder dar evolução biológica, funcional, estética, carismática e, portanto, de liderança como top líder” (MENEGETTI, 2005, p. 343).

Considera-se relevante destacar também esse perfil do jovem para poder justificar a relevância do papel social que ele exerce ao direcionar seu potencial em empreendimentos profissionais. Quando vitalidade e agilidade se reúnem a boa vontade e capacidade técnica, a liderança é catalisada em prol de benefícios sociais e econômicos para a comunidade que o cerca. Segundo Rocco (2006) o potencial, a força e a inteligência de um jovem são uma enorme riqueza para ele e para a sociedade, o jovem deve aprender todos os instrumentos necessários para ser tornar autônomo.

Visualiza-se também que, por vezes, é por meio de oportunidades práticas de exercitar determinada atividade profissional que o jovem vai desenvolver habilidades que ainda não adquiriu em sua formação acadêmica. Tarefas simples do dia a dia de uma empresa viram verdadeiras lições na escola da vida para que o jovem profissional comece a, passo a passo, desenvolver a sua base de conhecimento da área em que deseja atuar.

Esse saber prático é construído também por meio do aspecto subjetivo de ter que assumir o papel de líder. Ao se ver no papel de um empreendedor, o jovem se dá conta da sua capacidade de assumir responsabilidades e de orientar outros profissionais para que sigam todos rumo à realização de um serviço ou produto. Parece que o exercício dessa liderança permite ao jovem educar sua personalidade para realizar o que tantos pensadores da gestão empresarial definem, de variadas formas, como uma das tarefas mais complicadas e, ao mesmo tempo, gratificantes para o ser humano: a liderança.

Partindo desse princípio, pode-se abordar também um segundo momento do exercício da liderança: a capacidade de motivar e levar seus colaboradores a fazer seu melhor pela empresa. Para Schein, a capacidade de liderar está amplamente relacionada a motivação pessoal: “Muito se diz a respeito da *visão* dos empresários, mas não o suficiente sobre a incrível *energia* que demonstram ao tentar uma abordagem após a outra, enfrentando sucessivos fracassos em seus esforços para iniciar uma empresa” (SCHEIN, 1996, p. 83).

Considera-se nesta pesquisa, portanto, que a liderança é uma peça chave de negócios em qualquer área do mercado. Para embasar essa prerrogativa, analisamos que também na obra de Maslow é possível identificar a orientação para esse senso. “As pessoas que serão ótimos gerentes e líderes irão não apenas incorporar as tarefas técnicas como também compreender a importância do lado humano da empresa” (MASLOW, 2000, p. 266).

Os resultados de uma liderança bem exercida e que forneça a “energia” necessária para seu negócio refletirão, seguindo a linha lógica aqui apresentada, diretamente na qualidade do produto ou serviço oferecido pela empresa. É o otimismo e são os valores do empreendedor que vão estar por trás do desempenho de sua equipe na oferta do produto ou serviço que ele se propõe a expor. Em Maslow (2000), encontra-se novamente apoio:

O melhor de todo este novo negócio gerencial é que de onde quer que você comece, seja do ponto de vista do que é melhor para o desenvolvimento pessoal das pessoas ou do ponto de vista do que é melhor para se obter lucro e bons produtos, os resultados parecem os mesmos – o que é bom para o desenvolvimento pessoal também é bom para os nossos produtos (MASLOW, 2000, p. 193).

Um outro fruto do exercício de uma liderança eficaz é também o acréscimo na qualidade de vida dos funcionários que atuam naquela empresa. Ao se exporem a um ambiente de trabalho harmônico e com objetivos equilibrados, eles estarão trabalhando, desenvolvendo aprendizado contínuo e crescimento profissional e humano. Neste ponto, percebe-se como necessário retomar a obra de Meneghetti (2008): “O verdadeiro líder é o

momento providencial do espírito no mundo, como mão de auxílio para muitos” (MENEGHETTI, 2008. p. 21).

Percebe-se também um melhor desempenho dos colaboradores e maior qualidade de vida quando se vêem expostos continuamente a tarefas que proponham certo desafio e novidade ao seu dia. Campos (1992), ao abordar o tema, ressalta que para o conceito de crescimento do ser humano se concretizar efetivamente, as pessoas devem fazer sempre serviços de valor agregado cada vez mais alto. “Maior valor agregado para as pessoas significa trabalho no qual se escreve, fala, ordena, mostra, instrui etc., ao invés de mover, copiar, seguir, obedecer etc.” (CAMPOS, 1992, p. 155). Importante notar que caberá também ao empreendedor e às demais lideranças que se forem estabelecendo em sua empresa a tarefa de indicar aos colaboradores as tarefas que deverão se empenhar para realizar. O empreendedor pode observar o perfil dos colaboradores para melhor indicar-lhes o setor a trabalhar, tomando assim um passo a mais em direção ao sucesso.

É preciso, portanto, ver a empresa não só como um instrumento de produtividade e lucratividade. Percebê-la como sendo sim um ponto de devir para o empreendedor, mas também para os colaboradores e a comunidade que dela desfruta e a sociedade na qual essa empresa está inserida. A multiplicidade de formas nas quais se pode verificar os resultados do desenvolvimento de um negócio é, para Yoshimoto (1992), um dos bastiões que sustentam a construção da mesma. “O âmbito dos objetivos da empresa compreende, além de objetivos econômicos e financeiros, objetivos tecnológicos e objetivos sociais, referente aos funcionários e à sociedade na qual atua” (YOSHIMOTO, 1992, p. 36).

O segundo ponto que tange a responsabilidade social da lavanderia está também entre os resultados percebidos no caminhar de um empreendimento planejado levando em consideração a sociedade em que está inserido: são as preocupações com a sustentabilidade ambiental. No caso da empresa abordada neste artigo, a sustentabilidade ambiental é um objetivo corporativo que está em nível de igualdade com finalidades como financeira, tecnológica e social. O plano de negócios da lavanderia compõe-se assim num todo constituído por aspectos econômicos, sociais e ambientais de forma equânime.

A sustentabilidade ambiental é um aspecto hoje considerado também como relevante para a longevidade da própria empresa. Tanto é que, talvez, possa-se dizer que é somente um primeiro passo para o empresário o de se ater à sustentabilidade ambiental. O segundo seria o de atentar para a sustentabilidade como um todo. Vê-se a importância de a organização

considerar diferentes âmbitos, além dos ambientais, na construção de sua sustentabilidade. São aspectos sociais, educacionais, de parceria com a comunidade e de preocupação com a saúde da equipe. O todo da sustentabilidade parece estar, inclusive, entre os segredos das empresas longevas, conforme dispõe Schein (1996):

As organizações que sobreviveram e passaram por importantes transições durante muitas décadas parecem sempre ter sido um núcleo cultural basicamente funcional – um compromisso com o aprendizado e a mudança; um compromisso com as pessoas e com todos os grupos de interesse na organização, englobando clientes, empregados, fornecedores e acionistas; e um compromisso com a construção de uma organização saudável e flexível em primeiro lugar. (SCHEIN, 1996, p. 88).

Apesar dessa visão “utilitarista” dos cuidados com o meio ambiente e com os demais aspectos sociais para se preservar a longevidade da empresa, é inegável que os resultados destes esforços sustentáveis serão refletidos para a comunidade e o planeta. No caso da lavanderia, um recurso natural diretamente envolvido e que poderia ser prejudicado é a água. Recurso esse, tão essencial para a vida no planeta, que está entre as preocupações chaves da ONU e também ocupa papel central no projeto ambiental da lavanderia.

Abordar a importância da água é essencial em um país que, tem entre suas principais riquezas naturais justamente os recursos hídricos. Recursos esses que, conforme anunciam especialistas, se tornam cada vez mais valorizados no mundo de hoje. Righe (2009) aborda o tema para lembrar que especialistas consideram a água como uma verdadeira fonte de problemas futuros.

Segundo relatório ambiental da Organização das Nações Unidas (ONU), em 2000, o consumo de água quase quadruplicou desde 1940. Assim a escassez de água poderá constituir uma emergência mundial, já que o ciclo hidrológico parece incapaz de acompanhar as demandas das próximas décadas. (RIGHES, 2009, p. 17).

Em um país de amplos recursos naturais, mas que, ao mesmo tempo, conhece os riscos do desmatamento e dos maus tratos para com o meio ambiente, é preciso tomar especial cuidado em não destruir a natureza em prol do desenvolvimento econômico de uma região. Garcia (1992) afirma que os objetivos de crescimento e de defesa da ecologia são indissociáveis. “Constituem-se, ambos, necessidades imperativa do nosso tempo, já não podendo ser vistas sob a falsa perspectiva da mútua exclusão”. (GARCIA, 1992, p. 18).

Também para o Brasil, os cuidados com o meio ambiente vão refletir diretamente em benefícios econômicos e um crescimento social longo. A sustentabilidade ambiental, segundo Fortes (1992), está inerente ao próprio conceito de desenvolvimento econômico. “O desenvolvimento sustentável é a resposta, pois constitui uma visão que parte da premissa de

que o desenvolvimento representa a condição básica para uma utilização sustentada dos recursos naturais” (FORTES, 1992, p. 62).

É importante ressaltar que, ao exercer uma atividade ecologicamente correta, a empresa dá o exemplo e ensina seus colaboradores e a comunidade local que é possível desenvolver-se economicamente sem descuidar do meio ambiente que os cerca. Abrange assim um aspecto a mais do conceito de sustentabilidade, aqui visto como também sendo constituído pelos esforços em prol da educação ambiental de todos. Educação ambiental essa que se faz importante não somente para crianças e jovens estudantes, como também, para adultos que precisam retomar sua consciência do papel que desempenham junto ao meio ambiente e de que uma mudança de hábitos em relação a esse habitat natural da humanidade é, por vezes, necessária. Jacobi (2003) lembra que essa educação ambiental vai auxiliar na formação de cidadãos mais conscientes. “A educação ambiental, como componente de uma cidadania abrangente, está ligada a uma nova forma de relação ser humano/natureza, e a sua dimensão cotidiana leva a pensá-la como somatório de práticas” (JACOBI, 2003, p.200). A sustentabilidade de forma geral é demonstrada nesta pesquisa como uma tarefa perene que persiste por tempo tão longo quanto for aquele da vida da empresa.

2 ASPECTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa foi desenvolvida em forma de estudo de caso que segundo Gil (2008, p.44 e 54) “Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”, e revisão bibliográfica ainda para o mesmo autor “É desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

3 ANÁLISES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

As etapas realizadas para implementação do empreendimento da lavanderia foram de extrema importância para o crescimento da jovem empreendedora, pois ao realizar cada passo a autora desse artigo pôde apropriar-se de uma série de novos conhecimentos sobre o tema da

gestão e do empreendedorismo e também se dar conta da necessidade de ir em busca de teorias que embasassem as ações e o planejamento que precisou realizar para concretização de seu projeto.

1º PASSO - VISITA DO CONSULTOR TÉCNICO EM ABERTURA DE LAVANDERIAS: Pode-se dizer que a implementação da lavanderia iniciou, efetivamente, em setembro de 2009, com o convite para vinda de um consultor técnico em abertura de lavanderias que lecionou sobre o tema indicado. Em encontros expositivos, esse especialista forneceu diversas informações que foram a base para que se pudesse estruturar a série de passos que viriam na sequência, tendo como finalidade a abertura desse negócio. Foram abordados, nas aulas, temas como: tipos de máquinas e novas tecnologias no mercado (máquinas que não agredissem o meio ambiente), produtos químicos utilizados nos processos, quantidade de roupas processadas por dia, sugestões de fluxo interno da lavanderia, métodos para reaproveitamento de água, processos internos (tais como recepção e identificação das peças, separação por modo de lavagem e secagem, passadoria, consolidação das roupas e entrega ao cliente), fluxograma, etc. Um ponto de destaque da consultoria foi que essa possibilitou à empreendedora o primeiro contato com a descrição do maquinário que utiliza o Sistema *WetCleaning* (máquinas que lavam com água todos os tipos de roupas sem necessitar do uso de solventes, em um processo que se assemelha ao da lavagem a seco). Ao final do período de consultoria, as lições forneceram subsídios suficientes para que a empreendedora definisse que esse seria o tipo de maquinário adotado, pois, dentre as opções apresentadas, era a que ficava mais alinhado a uns dos focos da administração da lavanderia, que é a sustentabilidade ambiental.

2º PASSO – FORNECEDORES DOS MAQUINÁRIOS: A pesquisa com os diversos fabricantes de máquinas que utilizam o Sistema *WetCleaning* foi realizada visando a melhor relação custo benefício para a empresa, mas também a compra de um equipamento que seguisse integralmente a meta de sustentabilidade ambiental desejada, ou seja, a completa não utilização de solventes. Definiu-se, assim, a compra do equipamento fornecido por uma empresa espanhola com anos de experiência na fabricação de máquinas para lavanderias.

3º PASSO - CONSTRUÇÃO DO PRÉDIO: Foram levantados orçamentos com diversas construtoras da região onde está situado o terreno alocado para edificação do empreendimento. Novamente, os critérios adotados para escolha da empresa que prestaria esse serviço foram o fornecimento da melhor relação custo benefício e a existência de critérios de cuidados com o meio ambiente no decorrer da obra. Após o levantamento de

vários orçamentos e a apuração de informações junto aos gestores das empresas consultadas quanto aos métodos por eles utilizados em suas obras, foi escolhida uma construtora sediada na região da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul (que é composta por nove municípios, entre eles, São João do Polêsine, onde será sediada a lavanderia) para dar início a obra.

A construção iniciou seguindo o projeto arquitetônico desenhado nos moldes ecobiológicos que são adotados em todo o distrito Recanto Maestro. O conceito de ecobiologia determina um tipo de construção em que se vê o foco no bem estar do ser humano, alinhado ao máximo grau possível de preservação do meio ambiente e também a um padrão estético que não destoe do restante da paisagem, sendo uma teoria apresentada na obra de MENEGHETTI, 2006.

Durante a construção do prédio, a empreendedora realizou visitas de acompanhamento à obra com periodicidade diária, tornando-se assim responsável também por algumas decisões importantes quanto ao caráter estrutural do edifício. Dentre essas decisões, estão: definição da posição e do tipo de tubulações que melhor se adéquam às especificações de cada equipamento, determinação do local para a Estação de Tratamento de Efluentes, escolha das luminárias a serem instaladas e definição do *layout* da área externa do edifício (composta por calçadas, rampa de acesso para os clientes, placa de identificação do empreendimento com a logotipagem previamente definida, paisagismo etc.).

O acompanhamento desses aspectos se deu de forma que a pesquisadora pôde se apropriar do projeto e obter mais motivação para o crescimento profissional ao ter um envolvimento global com o negócio escolhido. Essas percepções foram constatadas pela empreendedora como sendo aspectos essenciais para a sua visão futura da lavanderia. Percebeu-se também que deverá ser mais fácil, no futuro, o entendimento da gestora quanto aos diferentes momentos de decisão que deverá enfrentar, tendo em vista que conhece esse empreendimento a fundo.

4º PASSO – ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE EFLUENTE: A estação de tratamento deveria, segundo as pesquisas realizadas pela empreendedora, atender a dois requisitos básicos - relação custo benefício positiva para a empresa e adoção de um sistema de funcionamento que permita a reutilização, em 100%, da água utilizada na lavagem. Foram pesquisadas, por meio de mídias como Internet e catálogos impressos além do contato com gerentes de outras lavanderias, diversas formas de estações de tratamento de efluente

fornecidas por empresas de todo o Brasil. Constatou-se que somente uma empresa catarinense apresentava os dois requisitos pré-estabelecidos pela lavanderia. Esse foi, portanto, o fornecedor da estação de tratamento de efluentes escolhido pela empresa.

5º PASSO: ESTÁGIO IN LOCO: A empreendedora preocupou-se em vivenciar *in loco* o dia a dia de funcionamento de empresas do ramo de atuação que escolheu. A amostragem utilizada foi de cinco empresas, sendo quatro delas sediadas no município de Florianópolis (SC) e outra no maior centro empresarial do país, São Paulo (SP). O município de Florianópolis foi privilegiado pela pesquisadora porque essa é natural da cidade e possui ali contato de uma empresa de consultoria em legislação ambiental e saúde do trabalho que pôde indicar lavanderias que seriam um bom *locus* para experimentação do meio empresarial de lavanderias. O tempo de permanência em cada uma das cinco empresas foi variado. O critério adotado era, basicamente, a diversidade dos serviços oferecidos pela empresa e a abertura que a pesquisadora conquistava em cada um desses empreendimentos para atuar nas diferentes funções da hierarquia organizacional. O maior tempo de estágio empreendido foram vinte dias em lavanderia da cidade de Florianópolis que se destaca no mercado local por ser ecobiológica em sua produção. Foi ali que a empreendedora aprendeu modelos e retirou experiências valiosas quanto aos desafios e limites de um negócio ambientalmente sustentável. Apesar dessa experiência de destaque, não é possível desmerecer os demais estágios não remunerados exercidos pela pesquisadora. Em cada um deles, era apropriado um conhecimento a mais quanto a rotina de trabalho de uma lavanderia. A experiência prática de vivências no ramo rendeu a ela, portanto, alguns aprendizados chave, tais como: forma de dar entrada na roupa entregue para lavagem e práticas de atendimento ao cliente, organização das peças de forma a identificar as roupas de cada cliente, procedimentos adotados para lavagem de cada tipo de peças, técnicas de secagem adequadas para cada tipo de peças (ex: varal, secadora, sombra ou exposição ao sol), regras de “passadoria” (critérios como temperatura do ferro, usar ou não usar sapata e que tipos de roupas adquirem brilho ao serem passadas), etapas do processo de consolidação da peça (se refere a forma de embalar a roupa quando a mesma está pronta) e, por último, a entrega do produto pronto para o cliente.

A percepção da pesquisadora quanto a essa experiência de campo obtida com os estágios foi, portanto, como sendo de um caráter essencial por ampliar as percepções do negócio no que diz respeito a permitir uma real visualização de como será o dia a dia de sua lavanderia ao imaginar os processos e técnicas que observou nas cinco empresas visitadas sendo aplicados no contexto de seu próprio negócio. Por meio de comparação entre as

observações tomadas nas cinco lavanderias visitadas, pôde concluir como funciona todo o fluxo da lavanderia (desde a entrada da roupa até a entrega da mesma para o cliente) e o que pode ser feito para aprimorar os próprios serviços. Vê-se como importante destacar também que o trabalho *in loco* contribui para o desenvolver do senso de humildade da jovem empreendedora. Ao realizar esses estágios, se colocou no papel de aprendiz tendo como mestres, por vezes, profissionais sem elevado grau de escolarização mas com grande conhecimento prático do dia a dia das lavanderias.

6º PASSO – ABERTURA DA EMPRESA: Compreende todos os procedimentos burocráticos e essenciais para o início formal desse empreendimento. Fazem parte desses procedimentos burocráticos, entre outros, o contrato social, a integralização do capital, a escolha da razão social, a escolha do tipo de empresa e as providências para emissão do alvará de funcionamento. Toda essa parte legal e fiscal para a abertura da empresa foi também gerenciada pela empreendedora. De tal experiência, pôde retirar, além do conhecimento quanto ao que é o abrir de uma empresa, também a noção de vínculo com o poder público que significa a abertura de um negócio e, por consequência, a responsabilidade social que está nele envolvida pois se admite que ao gerar um negócio que faz parte da economia produtiva do país se traz benefícios não só para o empreendedor, bem como, para toda a sociedade que o cerca.

7º PASSO – LEGISLAÇÃO TRABALHISTA: Após abertura da empresa, foi preciso procurar informações sobre todas as leis trabalhistas que vão reger o funcionamento de uma empresa neste ramo de atuação. Era necessário, assim, se inteirar quanto à forma como é feita a contratação de colaboradores, verificar quais as obrigações contratuais da empresa perante ao colaborador. Dentre essas, destacamos algumas que exigiram da empreendedora especial atenção e a aquisição de um conhecimento até então não acumulado: redação do contrato de trabalho, piso salarial a ser adotado, bonificações a serem concedidas, descontos tributários que precisam constar da folha de pagamentos, valores de vale transporte e alimentação, regulamentação do período de férias e do 13º salário, insalubridade, periculosidade e todas as leis de segurança e saúde. É importante ressaltar ainda que a pesquisadora procurou, nesse ponto, consultar bibliografia referente e especialistas acerca dos procedimentos práticos de seleção de recursos humanos. Em um passo seguinte, iniciou o processo de recrutamento e seleção, entrevistando pessoas que se candidataram às vagas disponíveis na lavanderia. Destacam-se como desafios nessa tarefa a observação, durante a entrevista de aspectos como

perfil, modo de falar, características principais de personalidade e experiências profissionais que o candidato já teve.

8º PASSO – COMPRAS: A escolha dos produtos químicos levou em conta a necessidade de se encontrar um produto biodegradável que atendesse da melhor forma possível às requisições técnicas do equipamento utilizado (por exemplo, formas de uso, quantidade utilizada em cada processo e equivalência com a ficha técnica de cada produto). Já os acessórios foram escolhidos tendo em vista a questão da praticidade de uso e da estética que garantem ao acabamento final da peça no momento da entrega. Em ambas as situações, foi também utilizado como critério, assim como nos momentos anteriores, a melhor relação custo benefício para a empresa. Essa condição, porém, não superou em importância a observação de quais produtos químicos e quais acessórios garantiriam à lavanderia a prestação de um serviço de alta qualidade, com diferencial competitivo em relação ao que se vê no mercado local e servindo aos consumidores de forma a auxiliar no acréscimo de sua qualidade de vida.

9º Passo – LICENCIAMENTO AMBIENTAL: Considera-se que o licenciamento ambiental do empreendimento merece ser tratado como um passo a parte. Tal perspectiva se dá porque o licenciamento é fator fundamental para o funcionamento da lavanderia ao certificar, perante o poder público e a sociedade e utilizando normas estabelecidas como padrões, que a empresa está realizando os seus processos e serviços em conformidade com o meio ambiente. Sendo esse um empreendimento que, desde sua idealização, foi pensado para estar de acordo com o sétimo Objetivo de Desenvolvimento do Milênio (garantir a sustentabilidade ambiental), tal etapa do licenciamento ambiental é vista como um real marco histórico. Para obtenção do licenciamento, foi preciso à essa empreendedora se inteirar da legislação ambiental, relacionar documentos de identificação da fauna e flora existentes na região do distrito Recanto Maestro, verificar localização via GPS desse, descrever de forma pormenorizada os maquinários e produtos químicos utilizados nos processos e apresentar a forma como os efluentes do processo produtivo são tratados e a maneira de descarte dos resíduos gerados pela Estação de Tratamento de Efluentes. Vencidas todas essas etapas, é feita pelo órgão pertinente, a verificação dos documentos entregues e, tendo em vista o aceite dos mesmos, é outorgado para a lavanderia o licenciamento ambiental. O licenciamento comprova, portanto, que a empresa está contribuindo para a sustentabilidade ambiental e social no que diz respeito a todo o seu processo produtivo.

Cabe ressaltar que foi preciso à jovem empreendedora enxergar com clareza a oportunidade de construir uma base econômica para si ao empenhar seu tempo e esforços profissionais no desenvolver do projeto dessa lavanderia. Com humildade, construiu, passo a passo, o conhecimento técnico para alcançar sua meta empresarial. Porém a atuação desta empreendedora só foi possível graças ao modelo de gestão adotado no Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista Recanto Maestro. O modelo de gestão desse distrito tem, entre seus preceitos, a da formação de jovens, pois percebe-se a necessidade de estimular o empreendedorismo entre jovens no Brasil. A competitividade acirrada hoje no mercado de trabalho, por vezes, dificulta o ingresso dos profissionais mais novos e sem experiência em grandes empresas. Também, o dar início a um empreendimento próprio requer recursos financeiros cuja falta, por vezes, inviabiliza a realização do sonho.

No Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista Recanto Maestro, esse aspecto financeiro é solucionado da seguinte forma: os investidores que atuam empresarialmente no Distrito destinam uma parte de seus proventos para a criação de novas empresas e novos postos de trabalho. Assim, o distrito cresce de modo cíclico e sustentável. Para apoiar o andamento de todas as empresas nele sediadas, o Recanto Maestro cultiva ainda uma rede de consultores técnicos que prestam serviços a todos os empresários, sendo composta por profissionais como advogados, contadores e arquitetos. No caso específico da montagem da Lavanderia foi acionado também o auxílio de uma consultora especializada nos campos do Direito Ambiental, Saúde e Medicina do Trabalho e da Conformidade de empresas com as normas e ISO's de padrão de qualidade. Essa consultora é também uma freqüentadora do Distrito Recanto Maestro e apoiadora de diferentes projetos nele realizados. O apoio dessa rede de consultores bem como o aporte financeiro prestado por outros empreendedores do Recanto Maestro demonstraram-se essenciais para o sucesso do início do empreendimento da lavanderia.

Portanto, percebeu-se que é recomendável para a empresa prever suas ações de responsabilidade social desde o primeiro planejamento organizacional. Conforme visto ao longo deste artigo, no caso do projeto da lavanderia, o planejamento antecipado fez com que as ações de responsabilidade social se tornassem parte integrante de cada passo tomado na montagem desse estabelecimento de serviços.

A adoção programada das ações de responsabilidade social permite também que, ainda nos primeiros meses ou anos de funcionamento da empresa, essas iniciativas sejam ampliadas

atuando em outras frentes. No caso da lavanderia, um próximo passo está previsto com a instalação de placas fotovoltaicas.

Ao planejar ações de responsabilidade social e observar a legislação pertinente a seu campo de atuação, a empresa acaba prevenindo-se também de futuros problemas que podem vir a ocorrer por desconhecimento de alguma norma ou até mesmo falta de motivação da equipe que não vê a corporação como organismo preocupado com a sociedade em que está inserido. É possível, ainda, falar nos benefícios que a responsabilidade social traz para o próprio desempenho da empresa, tais como fatores econômicos, sociais, qualidade de vida para o empreendedor, colaboradores e a sociedade como um todo.

A idéia de referenciar neste trabalho os oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) estabelecidos pela Organização das Nações Unidas advém, como já foi dito, da utilização que a lavanderia irá fazer dessas metas como guias para o desenvolvimento de sua responsabilidade social. Com a aplicação dos ODM no dia a dia empresarial, percebeu-se que a responsabilidade social corporativa deve ser planejada com base em um panorama de ações que estão sendo feitas a nível internacional e nacional. Tal afirmativa se dá porque, dessa forma, o empreendedor pode verificar de que forma sua empresa, pode ou já está contribuindo para os 8 objetivos de desenvolvimento do milênio.

Ao relacionar às ações desempenhadas pela empresa aos ODM, a empreendedora percebeu que essa lavanderia beneficiará, principalmente, dois objetivos. Serve como modelo para o setor privado e prova de que esse pode auxiliar amplamente à formação dos jovens para o mercado de trabalho e a preservação da sustentabilidade ambiental. Ao estudar documentos como o quarto Relatório Nacional de Acompanhamento dos ODM, a empreendedora concluiu ainda que, se pudesse adicionar uma colaboração a lista de ODMs, seria a de que se criasse um objetivo em que estivesse claramente dita a dedicação à formação de jovens líderes. Até porque, é notória a crise internacional que se dá entre os jovens já formados no ensino superior em busca do primeiro emprego, ou as dificuldades de jovens que ainda não entraram no mercado de trabalho em atestarem a experiência profissional exigida em muitas vagas.

Quanto à sustentabilidade ambiental, conclui-se que é preciso considerar os recursos naturais como verdadeiras partes do “ativo da empresa”. A partir do momento que essa prioriza as questões ambientais, é implícito o ganho para todos de maneira global, em aspectos tais como: ganho econômico, respeito e orgulho da sociedade perante ao negócio,

exemplo para outras empresas, mudança cultural da sociedade e uma melhor qualidade de vida.

Quanto à formação da jovem gestora, percebe-se que essa se deu por meio da experiência prática em um ramo de negócios até então por ela desconhecido e também, de forma muito marcante, ao vivenciar o modelo de gestão desenvolvido no Recanto Maestro. Esse desenvolvimento foi apoiado pelo suporte financeiro oferecido por outros empresários que investem no crescimento do Distrito. As dúvidas e passos da criação do empreendimento puderam ser discutidas com uma rede de consultores técnicos mantida pelo Recanto Maestro para uso de todas as suas empresas. Foi por meio da troca de experiências com os empresários apoiadores do seu projeto, com os consultores técnicos e com todos os que trabalharam para o nascimento da lavanderia, que a empreendedora foi fundamentando as ações a serem tomadas no caminhar de seu novo empreendimento.

Desta forma, fica evidente que os 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio são metas essenciais para o desenvolvimento da sociedade, pois identificam o ser humano, a sociedade e os recursos naturais como um conjunto integrado, onde cada objetivo tem um escopo específico, mas que integralizando as ações de todos os objetivos se obtém a harmonia do todo (ser - humano, sociedade e meio-ambiente).

REFERÊNCIAS

- CAMPOS, V. C. **TGC: Controle de qualidade total** (no estilo japonês). Belo Horizonte - MG: Fundação Christiano Ottoni, Escola de Engenharia da UFMG. Rio de Janeiro: Bloch Ed, 1992
- FORTES, M. **A ecologia e o novo padrão de desenvolvimento sustentável**/João Paulo dos Reis Velloso organizador. São Paulo: Nobel, 1992.
- GARCIA, C. M. **A ecologia e o novo padrão de desenvolvimento sustentável**/João Paulo dos Reis Velloso organizador. São Paulo: Nobel, 1992.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.
- JACOBI, Pedro. Cad. Pesqui. no.118 São Paulo Mar. 2003 - http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-15742_0100008&script=sci_arttext&tlng=es.
- MASLOW. A. H. **Maslow no gerenciamento**. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed, 2000.
- MENEGHETTI, A. **A Psicologia do Líder**.,Recanto Maestro, RS: Ontopsicologica Editrice, 2008.
- MENEGHETTI, A. **Cozinha Viva**. Recanto Maestro, RS: Ontopsicologica Editrice, 2006.
- MENEGHETTI, A. **Pedagogia Ontopsicológica**. Recanto Maestro, RS: Ontopsicologica Editrice, 2005.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA., **Objetivos de desenvolvimento do milênio** – relatório nacional de acompanhamento. Brasília: IPEA, 2010.

RIGHES, A. A. **Água no planeta: características**, disponibilidade e ciclo hidrológico. In: RIGHES, A. A.; BURIOL, G. A.; BOER, N. **A água e educação: princípios e estratégia de uso e conservação**. Santa Maria: Centro Universitário Franciscano, 2009.

ROCCO, V. Auto-sustento: O primeiro dever de um jovem. **Revista Nuova Ontopsicologia**. n. 1/2006 – Ano XXIV – Maio de 2006 – Auto-sustento: O primeiro dever de um jovem.

SCHEIN, E. D. **O líder do futuro** – visões, estratégias e práticas para uma nova era / organização The Peter F. Drucker Foundation. São Paulo: Futura, 1996.

SCHUTEL, S. Capacidade à prática líder. **Revista Nuova Ontopsicologia**. n. 1/2006 – Ano XXIV – Maio de 2006. – Capacidade à prática líder.

YOSHIMOTO, T. **Qualidade, produtividade e cultura**: o que podemos aprender com os japoneses. São Paulo: Saraiva, 1992.