



**ANTONIO MENEGHETTI FACULDADE
ADMINISTRAÇÃO**

GRAZIELA BEVILACQUA BORTOLUZZI

**ANÁLISE DA GESTÃO AMBIENTAL EM EMPRESAS LOCALIZADAS
NA REGIÃO CENTRAL DO RIO GRANDE DO SUL**

RESTINGA SÊCA

2016



GRAZIELA BEVILACQUA BORTOLUZZI

**ANÁLISE DA GESTÃO AMBIENTAL EM EMPRESAS LOCALIZADAS NA
REGIÃO CENTRAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Trabalho de Conclusão de Curso-Monografia,
apresentado como requisito parcial para a
obtenção do título de Bacharel em
Administração, Curso de Graduação em
Administração, Faculdade Antonio Meneghetti –
AMF.

Orientador: MS. Danielle de Souza Saad

RESTINGA SÊCA

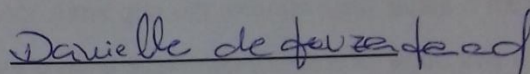
2016

FACULDADE ANTONIO MENEGHETTI
Graziela Bevilacqua Bortoluzzi

**Análise da gestão ambiental em empresas localizadas na região central
do Rio Grande do Sul**

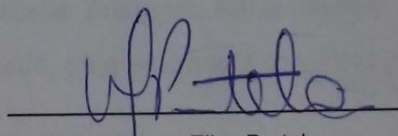
Trabalho de Conclusão de Curso-Monografia, apresentado como
requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em
Administração, Curso de Graduação em Administração, Faculdade
Antonio Meneghetti-AMF.

Orientador: Profª Ms. Danielle de Souza Saad



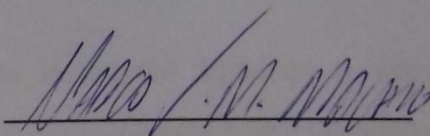
Profª Ms. Danielle de Souza Saad

Orientador do Trabalho de Conclusão de Curso
Antonio Meneghetti Faculdade



Profª Ms. Viviane Elias Portela

Membro da Banca Examinadora
Antonio Meneghetti Faculdade



Prof Ms. Marcos Vinícios Machado Machado

Membro da Banca Examinadora
Antonio Meneghetti Faculdade

Restinga Sêca, RS, Novembro de 2016

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ser essencial em minha vida, devido em horas de dúvida ter sido meu guia e tutor de meu destino.

Aos meus pais, Paulino Bortoluzzi e Mariangela B. Bortoluzzi e meu marido Ciro Walau que em horas de dificuldade estiveram sempre ao meu lado.

A minha filha Maria Eduarda por sua essência e pureza que me fizeram ter forças de continuar e vencer para servir de exemplo a ela.

Agradeço infinitamente a minha orientadora Danielle Saad pelo apoio desde o início com minhas ideias que foram lapidadas por ela e pela execução do trabalho.

Agradeço aos professores Marcos Vinícius Machado, Viviane Portela pelas dicas e pela colaboração para que meu trabalho de conclusão fosse enriquecido e finalizado com êxito e com valores.

Agradeço ao professor Almir que em uma de suas aulas o mesmo trouxe um palestrante onde falou sobre o tema sustentabilidade e foi onde tive a ideia de iniciar meu trabalho de conclusão do curso.

Agradeço a todos os colegas e amigos que fiz durante o período de faculdade em especial as colegas Adriana, Andreara, Anna Claudia, Fernanda e Gabriela pelo último semestre intenso vivido, pela amizade e incentivo para com meu trabalho de conclusão.

Agradeço a todos os funcionários e ex – funcionários da Antonio Meneghetti Faculdade que nesses anos de faculdade nos deram apoio e suporte para que o grau fosse alcançado.

Em fim não menos importante agradeço a vida, a natureza que me proporcionou essa bela caminhada até aqui e pelo caminho ainda a ser traçado com garra e persistência.

“A base de toda a sustentabilidade é o desenvolvimento humano que deve contemplar um melhor relacionamento do homem com os semelhantes e a Natureza.”

Nagib Anderáos Neto

RESUMO

O presente estudo busca analisar a percepção de gestores de empresas situadas na região central do Rio Grande do Sul quanto à Sustentabilidade. Sendo este o foco da pesquisa, a questão formulada foi: Quais são as estratégias utilizadas pelas empresas da região para agir de forma sustentável alinhando esse objetivo em relação às suas prioridades? Utilizou-se como instrumento de pesquisa um questionário misto adaptado a partir de uma ferramenta utilizada pelo SEBRAE. A taxa de retorno dos questionários foi na ordem de 75%, o que demonstra um fator positivo quanto ao tema, pois este mostra o interesse das mesmas em relação ao assunto abordado. Em relação ao questionamento sobre já possuir ou adotar políticas sustentáveis pela empresa, o que gera maior preocupação para as mesmas são os custos de implementação necessários. Os resultados demonstram ser favoráveis, levando em consideração a identificação da valoração do tema Sustentabilidade pela maioria dos gestores e a verificação da aplicação de práticas sustentáveis nos empreendimentos regionais considerados.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Gestão ambiental; Empresas.

ABSTRACT

The present study seeks to analyze the perception of managers of companies located in the central region of Rio Grande do Sul regarding Sustainability. This being the focus of the research, the question was: What are the strategies used by companies in the region to act sustainably aligning this objective with their priorities? A mixed questionnaire was used as a research tool adapted from a tool used by SEBRAE. The rate of return of the questionnaires was on the order of 75%, which demonstrates a positive factor regarding the subject, since it shows their interest in relation to the subject addressed. In relation to the question about whether to already have or adopt sustainable policies by the company, what generates greater concern for them are the necessary implementation costs. The results are favorable, taking into account the identification of the Sustainability theme by most managers and the verification of the application of sustainable practices in the regional enterprises considered.

Keywords: Sustainability; Environmental management; Companies.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Tripé da Sustentabilidade Empresarial	20
Figura 2 – Estágios de Cidadania Corporativa	21
Figura 3 – Gatilhos de desenvolvimento	24
Figura 4 – Direitos Humanos	26
Figura 5 – Trabalho.....	27
Figura 6 – Meio Ambiente	28
Figura 7 – Contra a Corrupção	28
Figura 8 -- Influências	32
Figura 9 – Porte da empresa	45
Figura 10 – Ramo de atuação da empresa.....	45
Figura 11 – Sexo do respondente	46
Figura 12 - Nível de escolaridade.....	46
Figura 13 - Quais são os seus conhecimentos sobre o tema "Sustentabilidade"?.....	47
Figura 14 – Sustentabilidade está ligada às questões.....	48
Figura 15 – Em sua opinião a sustentabilidade pode representar para sua empresa.....	48
Figura 16 – Dê uma nota de 1 a 10, para o quanto você considera que as empresas deveriam dar importância à questão do meio ambiente. (Sendo que a nota 1 significa "sem importância" e a nota 10 "muita importância").....	49
Figura 17 - Em sua opinião, a sua empresa passa uma boa imagem em termos de desenvolvimento sustentável para os clientes?.....	49
Figura 18 – A sua empresa inclui algum critério de sustentabilidade ambiental na avaliação de fornecedores?.....	50
Figura 19 – Sua empresa atua na conscientização de aspectos de sustentabilidade ambiental?	51
Figura 20 - Sua empresa realiza: (pode ser marcada mais de uma resposta).....	52
Figura 21 - Indique quais dessas ações sua empresa realizou ou está realizando: (pode ser marcada mais de uma resposta).....	53

Figura 22 - Além de cumprir as obrigações determinadas por lei, a empresa se preocupa em: (pode ser marcada mais de uma resposta).....	54
Figura 23 - A empresa se preocupa em estar sempre em contato com a comunidade, procurando minimizar os impactos negativos que suas atividades possam causar? Dê uma nota de 1 a 10, sendo que 1 significa "não se preocupa" e 10 "se preocupa sempre".	54
Figura 24 – No relacionamento com seus fornecedores:.....	55
Figura 25 - No relacionamento com seus clientes:	55
Figura 26 - A empresa tem métodos para avaliar a satisfação dos seus clientes?.....	56
Figura 27 - Sua empresa divulga seus programas sociais ou ambientais visando diferenciar sua marca e aumentar suas vendas?.....	57
Figura 28 – Quais são as principais barreiras que dificultam sua empresa a adotar ações de sustentabilidade em seu dia a dia? (pode ser marcada mais de uma resposta)	58

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Opções estratégicas das empresas diante da legislação ambiental.....	33
Quadro 2 - Métodos de gestão.....	34

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Problema de pesquisa.....	13
1.2 Delimitação do tema.....	14
1.3 Objetivos	14
1.3.1 Objetivo geral	14
1.3.2 Objetivos específicos.....	14
1.4 Justificativa.....	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1 Sustentabilidade.....	17
2.2 Histórico da sustentabilidade no Brasil.....	19
2.3 Sistema de Gestão Empresarial - integração da sustentabilidade	20
2.4 Responsabilidade socioambiental	25
2.5 Desenvolvimento Sustentável	30
2.6 Empresas e meio ambiente.....	30
2.7 Competitividade e estímulos para a adoção de métodos de gestão	33
2.8 Empresas e a comunidade.....	36
2.9 Sistema de gestão ambiental nas empresas	37
2.10 Atuação responsável	38
3 MÉTODO	40
3.1 Delineamento da pesquisa.....	40
3.2 Participantes ou sujeitos da pesquisa local.....	41
3.3 Procedimentos de coleta de dados	42
3.3.1 Instrumentos de coleta de dados	42
3.3.2 Pré-teste do questionário	43
3.4 Procedimentos de análise dos dados.....	44
3.5 Procedimentos éticos	44
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	46
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
APÊNDICE 1 – Questionário integrante da pesquisa	69
ANEXO 1 – 9 Atitudes que tornam o mundo sustentável	752
ANEXO 2 - O que você faz pelo planeta?	73
ANEXO 3 - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido)	74

1 INTRODUÇÃO

Hoje é de extrema importância que as empresas contribuam com o desenvolvimento sustentável por dois motivos. Em primeiro lugar, porque inúmeras pesquisas mostram que as pessoas contribuem e influenciam nas mudanças globais no meio ambiente e em segundo lugar, porque as empresas possuem diversos ganhos econômicos com o seu desenvolvimento sustentável. Atualmente o governo brasileiro está preocupado com o meio ambiente o que faz as empresas procurarem desenvolver um Sistema de Gestão Ambiental o qual, resulta do escapamento de multas impostas pelos órgãos de proteção a natureza e também, a busca por uma imagem de valor diante da sociedade que hoje busca também pela proteção do meio onde vivem.

A sustentabilidade deixou de ser algo restrito ao ambientalista para fazer parte como estratégia de negócio das empresas, independente do seu porte, pois os pequenos negócios quando adotam medidas sustentáveis além de um diferencial competitivo com empresas maiores eles agregam valor a sua marca e a sua imagem. A inserção dos pequenos negócios definitivamente na pauta global do desenvolvimento sustentável foi consolidada com a Rio+20 o que alavancou um grande avanço no crescimento das pequenas empresas.

Diante das questões que envolvem a sustentabilidade do mundo, onde a sociedade problematiza a questão e que busca compreender os papéis relativos aos diferentes atores sociais, é importante ressaltar como as empresas gerenciam seus projetos de modo a garantir a sustentabilidade. Nesse contexto, o relacionamento com os diversos públicos, cada empresa, mostra sua maneira de agir.

A sustentabilidade empresarial está cada vez mais atrelada às estratégias de relacionamento com o público, seja ele interno ou externo. A mídia tem divulgado que as empresas que tem suas marcas mais valorizadas executam estratégias dentro do quesito de sustentabilidade o que prova que ela só trás benefícios quando de fato estiver alinhado o discurso com ações práticas.

O objetivo geral deste trabalho consiste em identificar as estratégias de sustentabilidade ambiental utilizadas pelas empresas em estudo. Com isso foram

traçados objetivos específicos os quais deram suporte para a pesquisa bibliográfica e a proposta prática deste trabalho.

Para tanto, foram traçados objetivos específicos os quais deram suporte a toda pesquisa bibliográfica desenvolvida e também a proposta prática deste trabalho que é a verificação da existência da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável dentro das empresas pesquisadas, identificando as ações desenvolvidas analisando os mecanismos de estímulo tanto no contexto interno quanto externo á incorporação da sustentabilidade e também o fator chave que impulsiona o uso de estratégias de sustentabilidade na gestão e a partir destas identificações.

Em relação à estrutura deste trabalho, optou-se por dividi-lo em cinco tópicos.

A primeira trata da introdução do estudo, apresentando o problema de pesquisa, a delimitação do tema, os objetivos buscados e a justificativa.

O segundo tópico versa sobre o referencial teórico abordado, discutindo diversos conceitos sobre sustentabilidade, histórico da sustentabilidade, sistema de gestão empresarial, responsabilidade socioambiental, desenvolvimento sustentável, empresas e meio ambiente, competitividade e estímulos para a adoção de métodos de gestão, empresas e a comunidade, sistema de gestão ambiental nas empresas e por fim a atuação responsável.

O terceiro tópico é apresentado o método de pesquisa contendo o delineamento, os participantes ou sujeitos da pesquisa, os procedimentos de coleta dos dados, os instrumentos e o pré–teste do questionário, os procedimentos éticos.

O quarto e quinto tópico são onde descrevo os resultados e faço as minhas considerações finais.

No sexto tópico apresento as referências utilizadas para a elaboração deste trabalho.

Por fim os anexos e o apêndice.

1.1 Problema de pesquisa

Diante de algumas abordagens em relação à sustentabilidade, é natural que os empreendedores fiquem confusos sobre quais medidas a serem adotadas em suas estratégias de gestão da sustentabilidade, bem como a forma de integrá-las no cotidiano das empresas. Segundo o site Tera Ambiental:

A sustentabilidade visa estabelecer um equilíbrio entre o que a natureza pode nos oferecer, qual o limite para o consumo dos recursos naturais e a melhora na nossa qualidade de vida. Já o desenvolvimento sustentável tem como objetivo preservar o ecossistema, mas também atender às necessidades socioeconômicas das comunidades e manter o desenvolvimento econômico (TERA AMBIENTAL, 2015)

Com isso, surge o questionamento: quais são as estratégias utilizadas pelas empresas da região para agir de forma sustentável alinhando esse objetivo em relação as suas prioridades?

1.2 Delimitação do tema

Percebe-se hoje que são poucas as empresas de pequeno, médio e grande porte que se preocupam em ser sustentáveis e de fato agir com responsabilidade social. Com isso a pesquisa e coleta de dados foram desenvolvidas no decorrer do segundo semestre do ano de 2016 em algumas empresas da região da 4ª Colônia de Imigração Italiana no Rio Grande do Sul e do município de Santa Maria, próximas a sede da Antonio Meneghetti Faculdade, buscando verificar se há de fato uma preocupação por parte dos empreendedores quanto a ser uma empresa sustentável, preocupada internamente e externamente com seus recursos naturais e com seus resíduos gerados. Assim, a presente pesquisa buscou fornecer informações se a empresa realmente usa a sustentabilidade ao seu favor e quais os benefícios de tê-la em seu planejamento estratégico e caso ainda não tenha em planejamento, sugerir qual a melhor forma de aplicabilidade.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Identificar as estratégias de sustentabilidade ambiental utilizadas pelas empresas em estudo.

1.3.2 Objetivos específicos

- Verificar se existe ou não o emprego da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável nas empresas analisadas.

- Identificar ações de desenvolvimento sustentável empregadas nas empresas analisadas.
- Analisar os mecanismos de estímulo (contexto interno e externo) à incorporação da sustentabilidade nas empresas analisadas.
- Identificar o fator chave que mais impulsionam o uso de estratégias ligadas à sustentabilidade na gestão da empresa.

1.4 Justificativa

Segundo a revista *Época Negócios* (2009), a consultoria multinacional *Management & Excellence (M&E)* realiza a pesquisa denominada "*Corporate Study: a Sustentabilidade nas Maiores Empresas da América Latina*". Segundo os resultados apresentados, as empresas brasileiras lideram o ranking de sustentabilidade das 50 maiores empresas da América Latina.

A entrada de empresas nacionais no mercado dos negócios do Brasil exige tecnologia de ponta agregando ao produto um alto valor com seu padrão de qualidade e com isso, a preocupação no mundo todo com a escassez dos recursos naturais disponíveis as reais consequências negativas geradas por esse sistema produtivo nos últimos anos vem com força total. Com isso as empresas não conseguirão mais burlar de certa forma a não utilização correta dos recursos, uma das maiores pressões econômicas e sociais e a redução de combustíveis fósseis e produtos nocivos ao meio ambiente o qual causa danos a saúde da população em geral como os metais pesados, dentre outros.

Alguns conceitos de sustentabilidade são usados na rotina de certas empresas como forma de minimizar os gastos com recursos naturais e também minimizar os impactos causados pela geração de resíduos sólidos ou líquidos resultados por suas atividades e com isso reduzir alguns custos de produção, serviços e assim tornar suas atividades ambientalmente mais sustentáveis.

Um grande desafio hoje para os empreendedores do século XXI é atender a todas essas necessidades que a população exige conciliando o seu próprio desenvolvimento, com respeito total ao meio ambiente em seu favor. A partir daí surge à preocupação com a sustentabilidade, em como ser sustentável e também como se desenvolver cuidando dos recursos e economizar.

Hoje, grande parte da população age de forma de que é o governo quem detém de toda responsabilidade para deter a escassez desses recursos onde é claro que já se viu que é dever de todos os cidadãos em economizar e cuidar do nosso meio ambiente.

Há empreendedores hoje que agem simplesmente por que há leis que exigem alguns cuidados, mas há outros que agem de forma correta buscando ser sustentável acreditando em ser um diferencial a mais nos dias de hoje.

Segundo WWF Brasil:

É cada vez mais importante que as empresas tenham consciência de que é parte integrante do mundo e não consumidoras do mundo. O reconhecimento de que os recursos naturais são finitos e de que nós dependemos destes para a sobrevivência humana, para a conservação da diversidade biológica e para o próprio crescimento econômico é fundamental para o desenvolvimento sustentável, o qual sugere a utilização dos recursos naturais com qualidade e não em quantidade. (WWF Brasil, 2016)

A pesquisa teve por importância ajudar o empreendedor a verificar a possibilidade de se tornar uma empresa sustentável e se já desenvolve algum projeto, verificar o seu funcionamento e quais resultados já obteve. Pois se acredita que uma empresa que tem em seu planejamento estratégico ações a médio e longo prazo não obtenha somente aumento da produtividade e redução de custos, mas sim a pretensão de novas oportunidades.

Ao fazer o uso de ferramentas que conduzam a empresa a alcançar a sua sustentabilidade em longo prazo, que destaque não só fatores de aumento da produtividade e redução nos custos, mas também em conjunção com novos negócios deve ajudar a identificar soluções no planejamento de recursos e competências úteis para se chegar a objetivos já estabelecidos, pois, as organizações do século XXI terão de estar preparadas para tais desafios, pois deverá encontrar técnicas inovadoras para agregar valor aos seus produtos ou serviços para abrir novos mercados se utilizado de processos tecnológicos limpos, o que servirá de diferenciação no mercado. Ter o real conhecimento de novas técnicas proporcionará subsídios para seu planejamento com visão de reduzir os riscos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Hoje vivenciamos uma ação constante silenciosa e contínua na busca de padrões de vida sustentáveis que darão garantia ao bem-estar das gerações futuras. Seja aqui no Rio Grande do Sul, no Brasil ou no mundo, a luta é de todos para dissolver a inércia, vencer as resistências impostas e criar novos hábitos para o consumo, produção com a missão de reverter o processo de degradar o ambiente e o ambiente social. Essa mudança vem acontecendo as últimas décadas ao qual se referem ao ambiente em que as empresas estão inseridas onde antes eram vistas como somente geradoras de lucratividade e que hoje estão sendo vistas com outros olhos devido ao fator de responsabilidade social e com isso vamos tratar abaixo sobre as variáveis que influenciam na aplicabilidade da sustentabilidade.

2.1 Sustentabilidade

O crescimento econômico da população e o mau uso dos recursos naturais têm sido considerados os principais responsáveis pelos impactos socioambientais negativos. Devido a essa constatação, alguns estudos têm sido direcionados para mostrar que o desenvolvimento atual é incompatível com a sustentabilidade do meio ambiente e com a qualidade de vida da sociedade.

Segundo o Projeto Sustentabilidade:

... Diferenciação entre desenvolvimento sustentável e sustentabilidade. Em relação à primeira expressão, a incorporação do 'sustentável' ao desenvolvimento demonstra o reconhecimento de limites para essa ação, buscando a harmonia entre desenvolvimento econômico, social e a manutenção do ambiente. Apesar disso, dentro do atual modo de produção capitalista em que vivemos, a concepção de desenvolvimento significa crescimento econômico, baseado no lucro, que é gerado a partir da exploração do homem (mão de obra) e da natureza (matéria-prima e recursos energéticos). Já a palavra sustentável que adjetiva o primeiro termo inclui a ideia de preservação e conservação da natureza, a partir do uso racional dos recursos e qualidade de vida para todos. Desse modo, surgiu a questão: será possível um desenvolvimento, aos moldes do que conhecemos atualmente, que seja sustentável? (PROJETO SUSTENTABILIDADE, 2013)

Essa preocupação com a mudança no ambiente dos negócios pode ser vista como um antes e depois. Antes devido às empresas terem em seu planejamento

estratégico as medidas a serem avaliadas como preço e a qualidade do produto, o recrutamento e seleção de colaboradores, uso de recursos e a qualidade produzida, tudo baseado na visão econômica, na maximização dos lucros e diminuição dos custos sem ter nenhuma relação com aspectos sociopolíticos e preservação do meio onde estão instaladas preocupando-se em apenas ser uma empresa eficaz e eficiente. E o depois da empresa, seria a preocupação em relação ao meio ambiente que ficou muito mais complexa devido à visão que a sociedade tem em respeito à visão social que a empresa adota como, por exemplo, mudanças nos valores dos indivíduos, aumento de incentivos a grupos sociais, comunicação, intervenção na economia, e o alto grau no padrão da ética a ser desempenhado por elas.

No Brasil a maior influência no mundo dos negócios advém do governo através de inúmeras leis, decretos, medidas provisórias, regulamentações que tem provocado certo pânico para os empresários onde as empresas têm que sobreviver. O modo como essas influências afetam as diversas empresas de diferentes portes são diferentes e, conseqüentemente, a visão do administrador também é diferenciada.

Segundo eco Planet energy:

Na prática, a sustentabilidade está definida como a capacidade que o indivíduo ou um grupo de pessoas tem em se manterem dentro de um ambiente sem causar impactos a esse ambiente. Mas apesar da sustentabilidade estar associada diretamente ao meio ambiente e a tudo o que envolve este, não está limitada somente a esta área. A sustentabilidade também está relacionada a outros setores da sociedade como a economia, a educação e a cultura (ECO PLANET ENERGY, 2016)

Segundo Brasil Sustentável:

A sustentabilidade está diretamente ligada ao desenvolvimento de vários setores da sociedade, sem que estes agridam o meio ambiente. É através da sustentabilidade que os recursos naturais são utilizados de forma inteligente e são preservados para as gerações futuras. "(BRASIL SUSTENTÁVEL, 2015)

Ser sustentável é saber administrar recursos sem interferir no futuro. Adotar prática sustentável trás resultados a médio e longo prazo com uma nova chance de vida para as futuras gerações com uma melhor qualidade de vida.

2.2 Histórico da sustentabilidade no Brasil

Segundo Mikhailova (2004) o primeiro grande passo global no âmbito do desenvolvimento sustentável foi à realização da Conferência de Estocolmo em 1972 (*UN Conference on the Human Environment*), onde se notou a necessidade de reaprender a conviver com o planeta, de se desenvolver sustentavelmente onde passou a ser questão principal de política ambiental, a partir da Conferência das Nações Unidas.

Ainda na década de 70 a atenção era voltada ao design dos processos produtivos do que aos padrões de produção estabelecidos pela sociedade. Já na década de 80 foi criada a Lei 6.938 – Política nacional do Meio ambiente onde ela visava à compatibilização do desenvolvimento econômico social com a preservação e equilíbrio do meio ambiente onde a Constituição Brasileira trouxe alguns pontos importantes: que o estado e a sociedade deveriam garantir a proteção do meio ambiente visando qualidade para a sociedade futura e que a atividade econômica deve harmonizar a livre concorrência, a defesa do consumidor e a redução de desigualdade onde o Poder Público deve atuar sobre a produção e comercialização de substâncias e métodos que suportem o risco de vida, a qualidade de vida e o meio ambiente.

Na década de 90 aconteceu a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Eco92) onde a Carta da Terra e a Agenda 21 reforçam a necessidade de novos modos de gestão de territórios e de relacionamento entre espécie humana e a natureza. No ano de 1994 aconteceu a *International Organization for Standardization* lança o comitê técnico de Gestão Ambiental, que gerou a série ISO 14000, onde foi criada a base regulatória para licitações e contratos da Administração Pública, a Lei 8.666 apresenta-se o conceito do *Triple Bottom Line*, associando as atividades sustentáveis ao equilíbrio das dimensões ambiental, social e econômica.

Na década de 2000 foram lançados os Objetivos do Milênio pela ONU, em 2002 aconteceu a Conferência Mundial sobre o desenvolvimento Sustentável (Rio+20), em Johannesburgo. Em 2006 foi criada a Lei 123 - Lei Geral da Micro e

pequena Empresa, com a função de democratizar as licitações públicas e promover o desenvolvimento local. Em 2007, Brasil e MERCOSUL adere ao Processo de Marrakesh, lançado em 2003 pela ONU, onde comprometem a elaborar seu Plano Nacional de Produção e Consumo Sustentáveis.

Segundo o Conselho Nacional de Justiça (2009) a Lei 12.187 – Política Nacional de Mudança do Clima prevê a adoção de critérios de preferência nas licitações e concorrências públicas considerando economia de energia, água e outros recursos naturais e redução da emissão de gases de efeito estufa e de resíduos.

Em 2011 foi lançado o Plano de Ação de Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS) pelo MMA. O PPCS foca as ações voltadas à promoção do consumo consciente, abrigando ações governamentais, do setor produtivo e da sociedade civil, com seu primeiro ciclo vigente até 2014.

Em 2012 foi realizado a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, que traz com destaque as questões de consumo, governança global, sustentabilidade urbana e economia verde Decreto 7.746 – estabelecem critérios, práticas e diretrizes para o desenvolvimento nacional sustentável nas contratações pública Programada a Conferência Nacional do Meio ambiente, tendo a produção e consumo sustentáveis como tema-matriz.

2.3 Sistema de Gestão Empresarial - integração da sustentabilidade

Compreender que a sustentabilidade é um tema que exige a colaboração de todas as áreas da empresa e que é preciso levar em consideração, que esse é apenas um dos aspectos que envolvem a sustentabilidade, e que também deve ser trabalhado o relacionamento com as partes interessadas, liderança e transparência.

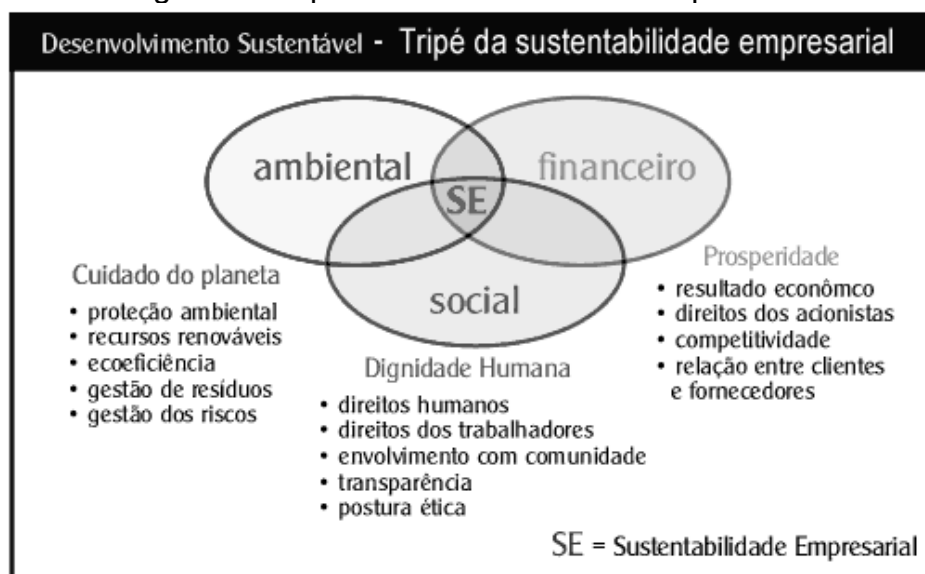
Segundo o Instituto Filantropia (2008):

Há quatorze anos, o sociólogo e consultor britânico John Elkington formulou o conceito Triple Bottom Line – o tripé da sustentabilidade – expressão consagrada atualmente e também conhecida como os “Três Ps” (people, planet and profit) ou, em português, “PPL” (pessoas, planeta e lucro). Segundo esse conceito, para ser sustentável uma organização ou negócio deve ser financeiramente viável, socialmente justo e ambientalmente responsável. Ao instituir o Triple Bottom Line, Elkington tentava criar uma linguagem que captasse a complexidade da agenda da sustentabilidade, uma vez que algumas organizações, como o Conselho Mundial de Negócios para o Desenvolvimento Sustentável – que representa várias empresas líderes do mundo –, estavam dialogando a respeito de eficiência, em

especial, de que forma poderiam lucrar economizando energia, protegendo o meio ambiente e diminuindo a poluição. (TRIPLE BOTTOM LINE: O TRIPÉ DA SUSTENTABILIDADE - FERNANDO CREDIDIO, 2008)

Atualmente, existem profundas alterações ambientais e climáticas e não se pode mais pensar em negócios fora desse contexto e com isso se quiserem se manter ativas no mercado, as empresas deverão pensar no bem – estar social da sociedade, nos recursos naturais usando de maneiras adequadas. Os objetivos do tripé da sustentabilidade é instruir que o mercado exigirá cada vez mais das empresas não apenas no âmbito financeiro, mas também no viés econômico, ambiental e social. Esse conceito ajuda a pensar no futuro de maneira ampla.

Figura 1 - Tripé da Sustentabilidade Empresarial



Fonte: Responsabilidade Social e Ambiental por Maria Elisabeth Pereira Kraemer. ¹

O desenvolvimento econômico e o meio ambiente estão totalmente ligados. O uso de recursos naturais para o desenvolvimento só é eficaz caso haja sobriedade e responsabilidade no uso dos recursos. De acordo com a figura 1 seguindo a ordem busca-se o desenvolvimento sustentável, que em seus três critérios devem ser obedecidos ao mesmo tempo: igualdade social, bom senso ecológico e eficácia econômica.

¹Responsabilidade Social e Ambiental por Maria Elisabeth Pereira Kraemer. Disponível em: <<http://www.janelanaweb.com/digitais/kraemer2.html>>. Acesso em 29 de maio de 2016.

Com isso, pesquisas foram realizadas para medir o grau de desenvolvimento sustentável das empresas, alguns requisitos foram analisados. O interessante da pesquisa escolhida para amostra é o de poder identificar em qual estágio as organizações se encontram, avaliando os desafios, barreiras e características de suas ações frente a este contexto.

Segundo a pesquisa descrita no Caderno de ideias vol. 1 foram analisadas sete dimensões que indicam em qual estágio a empresa se encontra quando analisada que são mostradas na figura 2.

Figura 2 - Estágios de Cidadania Corporativa

Estágios de Cidadania Corporativa

	Estágio 1 Elementar	Estágio 2 Engajado	Estágio 3 Inovador	Estágio 4 Integrado	Estágio 5 Transformador
Conceito de cidadania	Empregos, lucros e impostos	Filantropia, proteção ambiental	Gestão de <i>stakeholder</i>	Sustentabilidade ou <i>Triple Bottom Line</i>	Mudar o mercado
Intenção estratégica	Cumprimento da legislação	Licença para operar	Casos de negócios	Proposta de valor	Criação de mercado ou mudança social
Liderança	Expressão verbal, indisponível	Engajado, apoiador.	Auxilia os processos de cidadania corporativa	Campeão, à frente da sustentabilidade.	Visionário, à frente do seu tempo
Estrutura	Marginal: direcionada à equipe	Propriedade Funcional	Coordenação entre funções	Alinhamento organizacional	<i>Mainstream:</i> Direcionada ao negócio
Gestão das questões	Defensivo	Reativo, políticas	Responsiva, programas	Sistemas, proativa	Definidora
Relacionamento com <i>stakeholders</i>	Unilateral	Interativo	Influência mútua	Parceria	Alianças multiorganizacionais
Transparência	Proteção	Relações públicas	Reporte ao público	Garantia	Transparência total

Fonte: Abordagens para a sustentabilidade nas organizações. Vol.1

Dimensões

- O conceito de cidadania é definido com o grau de como as empresas compreendem. Aplicam-se ações sociais ao seu favor.
- O conceito de intenção estratégica é se a empresa tem comprometimento moral com a cidadania.
- O conceito de liderança fala de como os gestores apóiam a cidadania? Se realmente se esforçam.

- O conceito de estrutura fala de como as são geridas as responsabilidades para a cidadania.
- O conceito de gestão das questões fala de como a empresa lida com questões ligadas à cidadania.
- O conceito de relacionamento com *stakeholders* (pessoa que tem participação em determinada empresa) fala de como a empresa se engaja com os eles. Qual o grau de transparência com relação a seu desempenho financeiro, social e ambiental.

Estágios

Estágio 1 – Elementar – A cidadania é feita eventualmente. Os motivos são a falta de entendimento sobre cidadania, liderança e comprometimento com os seus *stakeholders*. Agem de forma imposta pela lei. O que estimula a melhorar a sua situação é a busca pela credibilidade, ir além dos requerimentos da lei, além de mobilizar e conscientizar a liderança da importância da sustentabilidade.

Estágio 2 – Engajado – o líder já atua de forma diferenciada, vai além das leis usando-as ao seu favor. Nesse estágio a comunicação com *stakeholders* existe, mas é limitada. O desafio é criar capacidades de comunicação com seus. Com isso surge a mudança nas percepções agindo com ética e transparência.

Estágio 3 – Inovador – As empresas possuem a visão holística e os líderes se envolvem mais assumindo o papel e coordenando de fato as coisas com nível elevado na questão de aprendizagem e inovação nas suas decisões. O desafio é a coerência das atividades, o alinhamento das estratégias com programas e processos inovadores dentro da sustentabilidade.

Estágio 4 – Integrado – a empresa possui liderança, visão exclusiva de tudo e estruturas integradas para lidar com a sustentabilidade. Um dos desafios desse estágio é mover a empresa da coordenação para a colaboração (MIRVIS; GOOGINS, 2006). Empresas nesse estágio possuem metas, indicadora-chave de desempenho e monitoramento contínuo. O desafio nesse estágio é aprofundar o comprometimento com as questões relacionadas à cidadania corporativa, mostrando que o tema está sendo expresso na estratégia de negócios da empresa.

Estágio 5 – Transformador – A empresa usa a sustentabilidade no centro dos seu planejamento de negócio, adapta os seus produtos, processos. O desafio é a procura de novos mercados onde a sustentabilidade se agregue. De forma a gerar lucros, também operam com parcerias a ONGs, governo e outros negócios, com o objetivo de resolver problemas e transformar o mundo em um lugar melhor.

As empresas em cada um dos seus estágios acabam percebendo “gatilhos” que as incentivam a sua transformação o seu desempenho em relação à sustentabilidade corporativa.

A pesquisa descrita é da Fundação Dom Cabral que se resume em:

Uma avaliação bianual criada em 2012 pelo Núcleo de Sustentabilidade da FDC para observar o estado de arte da gestão sustentável nas empresas brasileiras. O objetivo do projeto é monitorar o estado da gestão para a sustentabilidade no Brasil, por meio de uma análise de diversos aspectos ambientais, econômicos e sociais dentro da liderança, gestão e do desempenho de organizações que atuam em território nacional. (ESTADO DA GESTÃO PARA A SUSTENTABILIDADE NO BRASIL (2014))

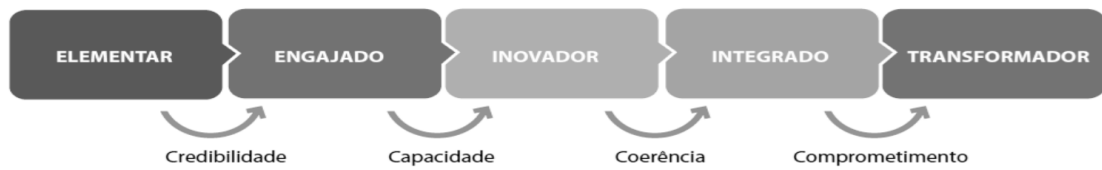
A pesquisa mostra que profissionais de até 25 anos possuem maior percepção sobre a sustentabilidade corporativa e sua aplicação.

Os setores do agronegócio, varejo e administração pública tiveram índices baixos em relação à sustentabilidade. No contrário os setores de papel e celulose, química, petroquímica e mineração são os que mais se preocupam segundo a pesquisa no quesito ser sustentável. As empresas estão de fato preocupadas com esse tema e 64% dos entrevistados acreditam que toda essa ação está apenas na conversa. O fator chave que motiva a adoção de práticas sustentáveis é o aumento da reputação.

A pesquisa concluiu que as empresas brasileiras consideradas estão no estágio 2, estão engajadas onde entendem que a sustentabilidade alia aspectos socioambientais e econômicos e que isso trás lucratividade quando posta e um planejamento estratégico de forma correta. Segundo a pesquisa:

Em cada estágio de sustentabilidade existem “gatilhos” que mostram o desenvolvimento das organizações. Em um estágio elementar, o que marca a evolução das empresas é o ganho de credibilidade, enquanto no estágio engajado, o principal desafio é a criação de capacidades internas para a solução de questões ambientais e sociais. Já as empresas inovadoras buscam a coerência das atividades da sustentabilidade com as outras áreas da organização, enquanto o estágio integrado possui como meta garantir o comprometimento efetivo de todos na organização. A seguir os estágios e seus “gatilhos” são representados. “(ESTADO DA GESTÃO PARA A SUSTENTABILIDADE NO BRASIL (2014))”.

Figura 3 - Gatilhos de desenvolvimento



Fonte: Estado da gestão para a Sustentabilidade no Brasil (2014)

A figura mostra que para avançar nos estágios existe uma sequência. Quando elas se engajam na questão da sustentabilidade percebem que se forma uma credibilidade da parte de seus *stakeholders* o que, a partir daí, criam capacidades e metas para driblar os desafios e criam metas para a execução de tarefas. Assim, nasce à coerência na execução tendo uma linha contínua de planejamento, desenvolvimento, avaliação, correção e monitoramento das metas. E logo após avançar nesses estágios, chega-se ao último que é o de alinhar sua atuação interna, garantindo o comprometimento de todos os envolvidos e a criação de estratégias que atinjam todos os níveis de atuação dentro da empresa.

2.4 Responsabilidade socioambiental

A responsabilidade socioambiental é conexas às ações que visam o respeito ao meio ambiente e a políticas que possuam como objetivo a sustentabilidade, pois somos responsáveis pela conservação ambiental desde governos, empresas e cidadão.

Segundo o Ministério do Meio Ambiente:

O Ministério do Meio Ambiente (MMA) desenvolve políticas públicas que visam promover a produção e o consumo sustentáveis. Produção sustentável é a incorporação, ao longo de todo ciclo de vida de bens e serviços, das melhores alternativas possíveis para minimizar custos ambientais e sociais. Já o consumo sustentável pode ser definido, segundo o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), como o uso de bens e serviços que atendam às necessidades básicas, proporcionando uma melhor qualidade de vida, enquanto minimizam o uso de recursos naturais e materiais tóxicos, a geração de resíduos e a emissão de poluentes durante todo ciclo de vida do produto ou do serviço, de modo que não se coloque em risco as necessidades das futuras gerações. (Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis, 2011)

O MMA possui um plano de ação para a produção e consumo sustentáveis que tem por finalidade promover programas, ações e políticas que favoreçam a produção e o consumo sustentável no Brasil. De acordo com o MMA as ações principais são:

Educação para o Consumo Sustentável; Varejo e Consumo Sustentável; Aumento da reciclagem; Compras Públicas Sustentáveis; Construções Sustentáveis e Agenda Ambiental na Administração Pública (A3P). Esse último programa incentiva a incorporação de atitudes sustentáveis na rotina dos órgãos públicos do país. (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2005).

A empresa deve reconhecer que sua responsabilidade com a sociedade e com o público em geral vai muito além de suas responsabilidades com seus clientes essa responsabilidade pode ser abrangida de várias maneiras como: a proteção ambiental, projetos filantrópicos e educacionais, planejamento com projetos para comunidades em geral, serviços sociais, dentre outros. Tudo isso demonstra de certa maneira a forma com a qual as empresas pagam por existir, uma forma de suprir com outras maneiras os custos retirados da natureza ressarcindo, assim, o prejuízo causado.

Responsabilidade Social Empresarial se refere a questões que estão além do núcleo interno da empresa e além da análise de custo-benefício, pois são ações que proporcionam uma imagem positiva em todas as dimensões internas e externas da empresa.

Com isso, os aspectos que as empresas tendem a desenvolver são de recuperar o meio ambiente avaliando a degradação que deixara para a geração futura e qual o potencial dos recursos ambientais existentes. Ou seja, recuperar o meio ambiente que envolva a recuperação de solos, a desflorestamento, a poluição com resíduos manejados inadequadamente e a poluição atmosférica, sonora, nuclear e marinha para prevenir futuros danos.

A responsabilidade social em questões ambientais se resume em práticas para o bem estar social e ambiental. Existem também definições sobre responsabilidade social empresarial que seriam de promover comportamentos empresariais que agrupem elementos ambientais e sociais que possam não estar presentes na legislação, mas que atendam as necessidades da sociedade em geral em relação à empresa.

Segundo o conselho Federal de Administração:

Responsabilidade Social Empresarial são ações das empresas que beneficiam a sociedade. São causas sociais relevantes para as comunidades, contribuindo com a política social. É uma forma de gestão que pretende diminuir os impactos negativos no meio ambiente e comunidades, preservando recursos ambientais e culturais, respeitando a diversidade e reduzindo a desigualdade social. São as corporações se conscientizando do seu papel no desenvolvimento na comunidade que está inserida, criando programas que levam em consideração a natureza, economia, educação, saúde, atividades locais, transportes. (RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL, POR ADMINISTRADOR. PEDRO HENRIQUE COSTA (2014)).

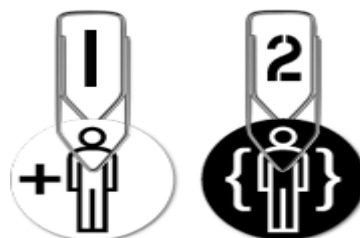
Existem duas atitudes que as empresas têm adotado: a de serem reativas negando-se a aceitar as pressões ou reagindo diante delas e, a de serem proativas de incorporar de fato independente da pressão e das exigências impostas buscando soluções automaticamente. Essa mudança de atitude leva em consideração algumas atitudes básicas a serem adotadas tais como:

- Modificar o processo produtivo;
- Adotar programa de redução de poluentes;
- Criar setor específico que cuide da gestão ambiental;
- Diminuir o consumo de matérias prima, água e energia elétrica;
- Diminuir a produção de resíduos, dentre outros.

A partir de 1999, as discussões sobre responsabilidade social tomaram um novo caminho após o lançamento do Pacto Global pelas Nações Unidas onde foram criados os dez princípios universais para uma globalização mais humanitária que segundo Pacto Global Rede Brasil (2013) são:

a) Direitos Humanos

Figura 4 – Direitos Humanos



Fonte: Pacto Global rede Brasil – Os 10 Princípios.²

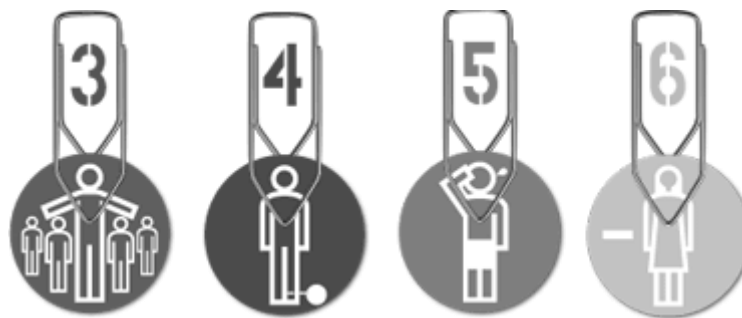
²Disponível em: Os 10 princípios Publicado em 25 de abril de 2013.

<<http://www.pactoglobal.org.br/artigo/56/Os-10-principios>> Acesso em 29 de maio de 2016.

1. As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente; e
2. Assegurar-se de sua não participação em violações destes direitos.

b) Trabalho

Figura 5 - Trabalho



Fonte: Pacto Global rede Brasil – Os 10 Princípios.³

3. As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
4. A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
5. A abolição efetiva do trabalho infantil; e
6. Eliminar a discriminação no emprego.

c) Meio Ambiente

³Disponível em: Os 10 princípios Publicado em 25 de abril de 2013.
<<http://www.pactoglobal.org.br/artigo/56/Os-10-principios>> Acesso em 29 de maio de 2016.

Figura 6 – Meio Ambiente



Fonte: Pacto Global rede Brasil – Os 10 Princípios.⁴

7. As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
8. Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental; e
9. Incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

d) Contra a Corrupção

Figura 7 – Contra a Corrupção



Fonte: Pacto Global rede Brasil – Os 10 Princípios.⁵

10. As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Donaire (1999, p. 20) diz que a Responsabilidade Social possui várias formas: “proteção ambiental, projetos filantrópicos e educacionais, planejamento com a

⁴Disponível em: Os 10 princípios Publicado em 25 de abril de 2013.

<<http://www.pactoglobal.org.br/artigo/56/Os-10-principios>> Acesso em 29 de maio de 2016.

⁵Disponível em: Os 10 princípios Publicado em 25 de abril de 2013.

<<http://www.pactoglobal.org.br/artigo/56/Os-10-principios>> Acesso em 29 de maio de 2016.

comunidade, equidade nas oportunidades de emprego, serviços sociais em geral, de conformidade com o interesse público”.

O trabalho que envolve empresa e sociedade pode ser considerado como um sistema, ou seja, as mudanças que geradas pela atuação da empresa no contexto social refletem no próprio negócio nos seus subgrupos.

Na era da globalização o termo Responsabilidade Social tem se destacado no meio empresarial, isso se deve ao fato de que as empresas, para sobreviver nesse mercado, precisam valorizar cada vez mais as relações com os seus funcionários, com a comunidade e seus respectivos clientes. Sendo assim a responsabilidade social deve ser afrontada como um conceito amplo, integrado dentro da gestão empresarial como prática corrente, direcionado aos seus respectivos fins. Assim, compromisso ético e produtividade estão entrelaçados no ramo das várias relações estabelecidas pela empresa.

2.5 Desenvolvimento Sustentável

A Organização das Nações Unidas, através do relatório Nosso Futuro Comum, publicado pela Comissão Mundial para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento em 1987, elaborou o seguinte conceito: “Desenvolvimento sustentável é aquele que busca as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender suas próprias necessidades”.

Ou seja, uma atividade sustentável é aquela que pode ser mantida para sempre em outras palavras: explorar algum recurso natural de forma sustentável durará para sempre, não se esgotará nunca, onde uma sociedade sustentável é aquela que não coloca em risco os componentes do meio ambiente.

Segundo Irina Mikhailova da Revista Economia e Desenvolvimento (2014), “Desenvolvimento sustentável é aquele que melhora a qualidade da vida do homem na Terra ao mesmo tempo em que respeita a capacidade de produção dos ecossistemas nos quais vivemos”.

2.6 Empresas e meio ambiente

A contaminação feita pelas indústrias no meio ambiente teve início com a Revolução Industrial no século XIX, e a partir daí o problema só teve a crescer

provocando muitas catástrofes ambientais as quais tiveram uma grande repercussão no mundo todo.

Nos processos industriais os recursos naturais são aplicados como insumos, devido às ineficiências internas dos processos gerando detritos que contaminam o meio ambiente, que além de causar danos para a saúde humana pode provocar carência dos recursos naturais.

Segundo Dias (2011, p. 57) “a contaminação ambiental, do ponto de vista econômico, se relaciona com a internalização dos custos externos (ou externalidades) ambientais por parte das empresas”. Isso ocorre quando a empresa geradora não assume os custos e os remaneja a terceiros na forma de contaminação, o que acaba por diminuir seus custos, pois não se precisa de investimentos de melhorias nos processos produtivos para evitar a poluição. O que gera em curto prazo uma vantagem para si, mas, para a sociedade em geral um dano maior afetando a saúde pública.

A regulação, a comunidade em geral, as instituições ambientais de fiscalização e as exigências do mercado são maneiras de tornar mais apropriado ao gestor à aceitação de mecanismos prévios para evitar a contaminação.

Há diversos fatores que provocam uma atitude por parte das empresas no sentido da diminuição dos resíduos de contaminação. Um dos fatores principais é o Estado com sua legislação ambiental juntamente com as instituições ambientais e as atividades de controle, com o objetivo de proteger a saúde e o bem comum de todos. Existem dois métodos para se regularizar. O primeiro é na forma de comando e controle que é o método mais tradicional onde o Governo estabelece regulamentações para a utilização dos recursos e passa a fiscalizar. O segundo método é com a utilização de instrumentos econômicos onde o preço dos bens ambientais deve refletir o mais próximo possível do que a sociedade impõe de modo que possa ser cobrado adequadamente pelo uso.

Os fornecedores também, de certa forma, induzem a ter responsabilidade, pois as empresas precisam ter um bom desempenho ambiental na sua cadeia produtiva o que as obriga a fazerem exigências aos seus próprios fornecedores para portar certificações e se tornarem unidades que se comprometam, de fato, com o meio ambiente.

Em âmbito geral, as empresas atuam em vários mercados que podem ser tanto locais, nacionais ou globais e os quais podem variar e, com isso, as estratégias utilizadas também devem acompanhar o nicho capitado. A comunidade local onde a empresa está inserida por sua vez se torna respeitáveis atores em relação aos problemas de contaminação, as quais são as primeiras a sofrerem as consequências da poluição.

Em contrapartida, as empresas detêm uma resposta para tudo isso o qual Dias (2011, p. 61) afirma que: “a contaminação industrial, como vimos, é fruto da impossibilidade de transformação total dos insumos em produtos, e essas peras formam resíduos que contaminam ar, a água u o solo”. Quando o gestor assume o desafio de reduzir as perdas de modo geral, ele possui duas opções: uma é a de instalar tecnologias no final do processo para deter a contaminação a qual retém a contaminação antes que saia da área da empresa, e uma vez que captados esses resíduos deve-se ter um determinado local ou recipiente dependendo do resíduo; e a outra opção seria a realização de algum processo de prevenção o qual controla a utilização dos recursos naturais e da energia utilizada e também uma relevante diminuição dos resíduos.

Com a redução nos resíduos gerados, notam-se vários benefícios financeiros adotando mecanismos de controle da poluição, os quais podem ser destacados como:

- Diminuição com gastos de matéria prima, energia e a disposição de resíduos com uma menor dependência de outro local para o armazenamento ou tratamento no final do processo;
- Menores custos operacionais e de manutenção;
- Menores complicações legais com instituições ambientais;
- Redução ou abolição de custos futuros decorrentes de processos de descontaminação.

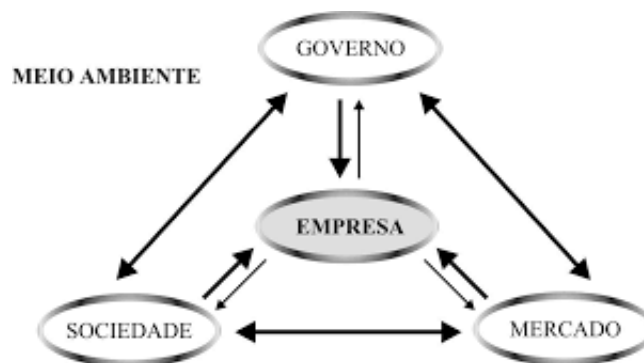
Ser uma empresa ambientalmente responsável significa tornar seu modo de ver e realizar suas ações futuras diferenciado das demais. A regulamentação ambiental coercitiva pode comprometer a decisão dos gestores em escolher as duas opções, tendo em vista que o modo de aplicar as tecnologias de final de processo produtivo é mais fácil de ser instalado do que as tecnologias de prevenção a qual tem uma fiscalização mais rígida nos prazos de implantação.

2.7 Competitividade e estímulos para a adoção de métodos de gestão

A gestão ambiental tem adquirido cada vez mais uma posição de destaque em termos de competitividade, devido aos benefícios obtidos no processo produtivo como um todo, pois a solução ou até mesmo a diminuição destes problemas exige novas atitudes de gestores que devem tomar decisões inovadoras para contribuir na ampliação da capacidade de tolerância do planeta. As preocupações ambientais dos gestores são influenciadas por ter grandes forças que interagem continuamente.

Segundo Barbieri (2007, p. 113): “as preocupações ambientais são influenciadas por três grandes conjuntos de forças que interagem reciprocamente: o governo, a sociedade e o mercado”, conforme está apresentado na figura a seguir.

Figura 8 – Influências



Fonte: Gestão ambiental empresarial – Influências. Barbieri (2007, p.113)

Como mostra a figura anterior, o autor descreve que são três grandes grupos que influenciam no gerenciamento da empresa sobre a questão do seu gerenciamento ambiental. A sociedade e o governo exercem pressões e, com isso, as empresas agem até certo ponto respeitando as normas e ganhando um crescimento vantajoso onde:

- Exigências normativas: cumprindo-a abre possibilidades de inserção no mercado melhorando a imagem junto de seus clientes e a comunidade.
- Design do produto: adequando-se as exigências são possíveis torná-lo flexível do ponto de vista de instalação e operação, com custos menores e vida útil maior.

- Reduzir estoque: ao se reduzir ao mínimo o material utilizado há uma relativa redução dos custos de matéria e o consumo de recursos consequentemente há uma redução nos custos de produção.
- Utilização de materiais renováveis: utilizando-se menos energia, pois facilita a reciclagem.
- Técnicas de produção: otimizando o transporte pode ocorrer melhoria na capacidade de inovação da empresa, redução de etapas acelerando o tempo de entrega do produto minimizando o impacto ambiental.

A importância que a empresa dá ao envolvimento com a questão ambiental varia em função da relevância que a organização apresenta para a variável ecológica e suas ações dependerão do ambiente natural externo, dos recursos naturais e do nível de contaminação ambiental que seu processo produtivo gera. Existem outros motivos que afetam o envolvimento tais como: dificuldade de investimento no seu processo produtivo, falta de conhecimentos técnicos sobre a questão ambiental e o interesse de seus colaboradores em relação à ética com o meio ambiente.

Existe um modelo de opções estratégicas das empresas proposta por Roome (1992) que segundo Dias (2011) o quadro:

... Evidencia que, embora o meio ambiente possa ser um fator de vantagem competitiva, a sua incorporação na gestão empresarial varia de empresa para empresa, e é condicionado por outros fatores internos (grau de envolvimento ambiental dos funcionários e dirigentes, por exemplo) e externos (pressões exercida por agentes públicos, ambientalistas e comunidade de forma geral, por exemplo) á organização. (DIAS, 2011, P. 64)

Quadro 1- Opções estratégicas das empresas diante da legislação ambiental

Opções estratégicas	Descrição
Não Cumprimento	É a opção adotada pelas empresas que não cumprem a legislação ambiental devido aos custos envolvidos, ou por trem baixa percepção da importância do fator ambiental.
Cumprimento	A organização escolhe uma estratégia reativa, limitando-se a cumprir a legislação vigente.

Cumprimento a mais	A empresa adota uma postura proativa em termos de gestão ambiental, adotando uma política ambiental que ultrapassa as exigências legais. As empresas que assumem esta estratégia são as que incorporam instrumentos voluntários de política ambiental, como os selos ecológicos e os certificados de gestão ambiental, como o ISSO 14001.
Excelência comercial e ambiental	Estratégia baseada na premissa de que a “gestão ambiental é boa administração”. É adotada pelas empresas que buscam a excelência ambiental, com foco na qualidade, procurando projetar e desenvolver produtos e processos limpos. Sob esse ponto de vista, essas empresas consideram que a contaminação equivale à ineficiência.
Liderança ambiental	As empresas observam as práticas mais avançadas do seu setor econômico e incentivam a sua força de trabalho para trabalhar com base numa ética ambiental. De modo geral, são as primeiras a assumir novas medidas de cunho ambiental.

Fonte: Elaborado a partir de Dias (2011, p. 65)

Ao se falar em competitividade empresarial encontramos duas variáveis ambientais que deverão ser levadas em consideração: a gestão ambiental de processos e de produtos.

Na gestão ambiental de processos, as ferramentas com a qual se obtém maiores resultados são as tecnologias ambientais com foco na produção mais limpa que além da certificação de processos trás melhores resultados em relação à competitividade entre as empresas. E na gestão ambiental de produtos são a análise do ciclo de vida dos produtos e a certificação dos produtos (selos ecológicos). Outra estratégia na gestão ambiental dos produtos é o eco design que se resume em um grupo de práticas que guiam para as criações de produtos e processos eco eficientes, com total respeito aos objetivos ambientais, de saúde e segurança durante seu ciclo de vida.

Os incentivos para a adoção de métodos de gestão podem ser internos e externos, como apresentado no quadro a seguir.

Quadro 2 – Métodos de gestão

Internos	Externos
-----------------	-----------------

Redução de custos: redução no uso de água, energia, materiais auxiliares, desperdício dos resíduos.	Mercado: hoje há um crescente em relação às cadeias de consumidores orientados e preocupados com o ambientalismo construindo uma cadeia produtiva correta.
Qualidade: adotando medidas eficazes para cuidar do meio ambiente faz com que eleve o nível de funcionalidade, confiabilidade e durabilidade tanto dos produtos como da empresa.	Concorrência: o desempenho ambiental das empresas as posiciona com diferencial em relação aos seus concorrentes a qual pode transformar em uma ótima ferramenta de competitividade e agregar valor a sua imagem.
Melhoria da imagem: adotando essas medidas faz com que a empresa seja reconhecida e possuir selos tendo uma imagem positiva que reflete na fidelização dos consumidores.	Legislação e poder público: as empresas conhecendo a legislação devem prever uma crescente política e normas ambientais a qual deve utilizá-la em seu favor.
Responsabilidade social: ter em seu planejamento estratégico este item faz com que a própria empresa se sinta capaz de agir em prol de todos fazendo uma pequena parte.	Meio sociocultural: hoje nas sociedades em geral cresce a cultura de qualidade de vida impondo a relação com o ambiente onde vivem.
Sensibilização dos colaboradores: com a conscientização todos ajudam com ideias que ajudem o gestor a tomar caminhos diferenciados com uma visão ampla em relação aos cuidados do meio ambiente.	Certificações: a questão das certificações hoje tem um papel muito forte, servindo de estímulo para as empresas.

Fonte: Adaptado de Dias (2011)

2.8 Empresas e a comunidade

As empresas, devido ao seu desenvolvimento tecnológico, são uma das principais fornecedoras de incentivos pelo crescimento e interesse na preocupação com o meio ambiente, o que desperta a consciência com os problemas gerados pelas mesmas as quais são tratadas como vilãs.

Segundo Dias (2011):

As constituições Federal (1998), Estaduais (1989) e as Leis Orgânicas Municipais (1990) introduziram inovações importantes na legislação relativa

ao Meio Ambiente que remetem a uma necessária mudança de comportamento das empresas em relação às agentes ambientalmente ativos, sejam órgãos do Poder Público, sejam Organizações Não Governamentais. (DIAS, 2011, P. 82)

Com o aumento da questão da qualidade de vida, a ação dos agentes ambientais torna-se cada vez mais importante, pois ele detém conhecimentos técnicos os quais ajudam a sociedade em geral na complexidade dos processos ecológicos identificando as fontes de degradação do meio ambiente.

Nas últimas duas décadas vários tratados, acordos multilaterais e medidas normativas ajudam nas regulamentações. No Brasil, a característica desse sistema é que ele possui um enfoque multidisciplinar devido a sua vasta diversidade, apresentando características únicas para cada contexto. A administração ambiental possui uma magnitude de aplicações envolvendo inúmeras ações de diferentes tipos de gestão do meio ambiente. Portanto, as empresas devem levar em consideração o local onde estão instaladas, pois nota-se uma pequena variação entre as localidades devendo levar em consideração a legislação municipal onde está instalada e considerar que os papéis que os Municípios desempenham diante dos processos ambientais são de extrema importância e que a preocupação aumenta, pois a degradação do ambiente natural reflete imediatamente na gestão municipal que se vê envolvida e pressionada a tomar atitudes.

2.9 Sistema de gestão ambiental nas empresas

A partir do ano de 1960, o Brasil passou a acelerar o seu ritmo de industrialização e, com isso como citado anteriormente, foram criados vários órgãos para programar e fiscalizar as estratégias de gestão para um ambiente melhor para as futuras gerações, com o foco em uma melhoria contínua e com preocupação com a saúde e o meio ambiente em que estão inseridos.

Há certo impasse em aplicar um sistema de gestão ambiental devido à necessidade de dispor de pessoal técnico a mais, dedicado à conservação do sistema de gestão o qual acarreta em um custo extra para a empresa, o que não ocorre com as empresas de médio e grande porte. Esse sistema de gestão ambiental é um conjunto de procedimentos, que se funde com a incorporação de

uma política ambiental resultando na vantagem competitiva que é a de melhorar sua imagem.

Segundo Templum Consultoria Ilimitada:

A ABNT NBR ISO 14000 especifica os requisitos de um Sistema de Gestão Ambiental e permite a uma organização desenvolver e praticar políticas e metas ambientalmente sustentáveis. A norma leva em conta aspectos ambientais influenciados pela organização e outros passíveis de serem controlados por ela. A implementação dessa norma deve ser buscada por empresas que desejam estabelecer ou aprimorar um Sistema de Gestão Ambiental, estar seguras sobre políticas ambientais praticadas ou demonstrar estar de acordo com práticas sustentáveis a clientes e a organizações externas. (O QUE É ISO 14001. TEMPLUM CONSULTORIA ILIMITADA).

A Certificação ISO 14000 é voltada para as empresas que precisam reduzir custos com distribuição, gerenciamento de resíduos e multas ambientais.

Os principais objetivos de um Sistema de Gestão Ambiental segundo Templum Consultoria Ilimitada são:

Respeitar o direito ambiental; Controlar os riscos para a área; Controlar os custos dos dejetos; Melhorar o desempenho do sistema de gestão com a introdução de um novo ângulo crítico; Se diferenciar em relação à concorrência; Valorizar a imagem da empresa. (O QUE É ISO 14001, 2011)

Os benefícios da gestão ambiental é que podemos notar uma redução nos risco de acidentes, aumento de qualidade dos produtos, serviços e processos, melhoria na imagem da empresa, captação de novos clientes e também uma significativa redução do consumo de matérias primas.

2.10 Atuação responsável

No Brasil, atuar de forma responsável é fiscalizado pela Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim), onde é chamada de Atuação Responsável. Foi implantada em 1992 e teve início como um programa de adesão voluntária e a partir de 1998 tornou-se obrigatório para todos os associados.

Dias (2011, p. 98) conceitua que esse programa é baseado em seis categorias: princípios diretivos, códigos e práticas gerenciais, comissões de

lideranças empresariais, conselhos comunitário consultivos, avaliação de progresso e difusão na cadeia produtiva.

Os princípios da Abiquim são de assumir o gerenciamento ambiental com prioridade buscando melhoria contínua promovendo em todos os níveis hierárquicos o senso de responsabilidade individual em relação ao meio ambiente, segurança e saúde ouvindo as preocupações da comunidade sobre seus produtos e suas operações colaborando com órgãos governamentais e não governamentais na elaboração e aperfeiçoamento de legislação adequado a comunidade, locais de trabalho e produtos ambientalmente compatíveis, avaliando previamente o impacto ambiental de novas atividades, processos e produtos monitorando os efeitos de suas operações buscando a redução de resíduos cooperando para a solução dos impactos negativos ao meio ambiente decorrente da disposição de produtos ocorrido no passado e transmitir as autoridades, funcionários e a comunidade informações adequadas quanto aos riscos à saúde, a segurança e ao meio ambiente de seus produtos e operações e recomendar medida de proteção e de emergência, orientando os fornecedores para um transporte, armazenagem segura e que logo reciclem e descartem os seus produtos de maneira adequada e também estimular promover princípios e práticas de atuação responsável compartilhando experiências e oferecer assistência a outras empresas para a produção segura.

3 MÉTODO

3.1 Delineamento da pesquisa

A pesquisa é uma atividade voltada para a solução de problemas, pelo emprego de métodos científicos (CERVO & BERVIAN, 1996). Pode-se definir metodologia como o caminho que segue o pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade, ou seja, o conjunto de técnicas que possibilitam a construção desta realidade.

A abordagem aplicada a esta pesquisa será quanto aos métodos empregados uma pesquisa qualitativa e quantitativa descritiva.

Segundo Fialho, Otani e Souza (2007, p.39): a pesquisa quantitativa caracteriza-se pelo “emprego da quantificação tanto no processo de coleta dos dados quanto na utilização de técnicas estatísticas para o tratamento dos mesmos”.

O método qualitativo busca explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, não quantificando os valores e não se submetendo à prova de fatos, pois os dados analisados são não métricos, se valendo de diferentes abordagens. Com isso, a pesquisa quantitativa aplica-se para o presente trabalho em relação as informações obtidas onde são necessárias quantificações de valores para posteriores análises.

Segundo Polit, Becker e Hungler, a pesquisa qualitativa tende a salientar os aspectos dinâmicos, holísticos e individuais da experiência humana, para apreender a totalidade no contexto daqueles que estão vivenciando o fenômeno de cunho descritivo. (POLIT, BECKER e HUNGLER, 2004, p. 201).

Assim, sendo esta uma pesquisa que predominantemente busca obter informações para um maior entendimento do referido tema, a pesquisa qualitativa proporciona a possibilidade para um maior entendimento dos objetivos propostos.

Também se classifica como uma pesquisa descritiva que, segundo Gil as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. (Gil, 2002, p.42)

Segundo Hair Jr. *Etal* os planos de pesquisa descritiva em geral são estruturados e especificamente criados para medir as características descritas em uma questão de pesquisa. (HAIR JR. ETAL. (2005, P. 86).

Ainda segundo Gil:

A etapa descritiva tem por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental etc. São incluídas neste grupo as pesquisas que têm por objetivo levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população. Também são pesquisas descritivas aquelas que visam descobrir a existência de associações entre variáveis, como, por exemplo, as pesquisas eleitorais que indicam a relação entre preferência político-partidária e nível de rendimentos ou de escolaridade. (GIL, 2002, p.42)

Já a pesquisa descritiva para Cervo; Berviane Silva (2007, p.61): ocorre quando se registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos, sem manipulá-los.

Segundo Gil:

Estudo de caso é uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas ciências biomédicas e sociais. Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados. (GIL, 2002, p.54)

Sendo assim, será realizada uma pesquisa ampla, contendo 5 segmentos de atuação com elevados riscos de poluição ao meio ambiente onde procura-se realizar um trabalho que contribua de maneira considerável em relação ao referido tema, a partir de subsídios obtidos.

3.2 Participantes ou sujeitos da pesquisa local

Serão aplicados questionários para os gestores de empresas e/ou responsáveis pelo setor de sustentabilidade, pertencentes a cinco segmentos de atuação, localizados nas cidades de Nova Palma, Restinga Sêca e Santa Maria, no estado do Rio Grande do Sul. As empresas participantes foram escolhidas aleatoriamente, porém com a preocupação de escolher segmentos que sejam relevantes e que de alguma forma necessitem abordar o tema. Os segmentos de atuação são: duas empresas cerealistas, duas revendedoras de insumos agrícolas, duas lavanderias, uma fábrica de móveis e esquadrias, duas vendas de combustíveis, totalizando nove empresas pesquisadas.

3.3 Procedimentos de coleta de dados

Dentre os elementos do planejamento de pesquisa, está a definição da amostra de pesquisa. Segundo Schiffman e Kanuk (2000, p. 26): “um plano de amostragem deve responder às seguintes questões: quem pesquisar e quantos pesquisar (o tamanho da amostra)”. A decisão de quem pesquisar exige que o universo seja definido de modo que uma amostra adequada possa ser selecionada. A coleta de dados realizada com o público correto são fatores básicos para a validade do estudo. A coleta de dados foi feita pela autora, realizada nos municípios de Nova Palma, Restinga Sêca e Santa Maria e os questionários foram respondidos todos por via correio eletrônico.

3.3.1 Instrumentos de coleta de dados

Inicialmente, foi feito um contato com as empresas com o objetivo de esclarecer a finalidade da pesquisa a fim de verificar a concordância por parte do respondente.

A coleta das informações foi feita na forma de questionários mistos com perguntas abertas e fechadas, mantendo-se o sigilo do nome das empresas e seguindo procedimentos éticos adequados. Utilizou-se como referência o questionário elaborado pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) para o desenvolvimento de uma pesquisa sobre sustentabilidade realizada em microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP) no ano de 2013.

Segundo Bezerra e Costa Junior (2006) no caso das perguntas abertas, o pesquisador responde espontaneamente, sem interferência. O informante tem a liberdade de escrita. É também denominada livre ou não estruturada. Entre as vantagens pode-se destacar: liberdade para responder, facilidade na elaboração do questionário, útil quando não se conhece bem a área de estudo e possibilidade de investigações mais profundas. As desvantagens são, entre outras: dificuldade de tabulação, possibilidade de respostas longas, problemas para responder e dificuldade do pesquisador em entender a caligrafia. No caso das perguntas fechadas, são apresentadas respostas possíveis ao respondente, e pede-se que

indique a alternativa ou alternativas de sua preferência. Entre as vantagens pode-se destacar: facilidade de tabulação e de interpretação. As desvantagens deste tipo de pergunta: ausência da resposta desejada, impossibilidade de investigações profundas, dificuldade para elaboração do questionário, etc.

Entre outros aspectos, deve-se destacar que o questionário é o método mais econômico, mais abrangente e ideal para analisar informantes de um nível mais alto de qualificação (CHIAVENATO, 2001, p.248).

O questionário foi dividido em um cabeçalho onde foram definidas as informações relacionadas às empresas participantes como ramo de atuação, porte da mesma, tempo de atuação, sexo e nível de escolaridade do respondente. Na sequência foram formuladas 17 questões, sendo 12 de múltipla escolha e 5 perguntas abertas com respostas descritivas. Essas perguntas procuraram abranger o tripé de sustentabilidade: ambiental, financeiro e social.

As questões de números 1, 2, 16 e 17 estão relacionadas com o tripé de sustentabilidade, ou seja, com os eixos ambiental, financeiro e social.

Considerando o eixo ambiental foram formuladas as questões de números 4, 6, 7 e 8.

Considerando o eixo financeiro foram formuladas as questões de números: 3, 12, 13, 14 e 15.

Considerando o eixo social foram formuladas as questões de números: 5, 9, 10 e 11.

O mesmo é apresentado no Apêndice 1.

3.3.2 Pré-teste do questionário

A fase de pré-teste de questionários refere-se à aplicação prévia a um grupo que apresenta as mesmas características que os elementos investigados na pesquisa, mas nunca para o grupo alvo de estudo; tem por objetivo revisar e direcionar aspectos da investigação, conforme RICHARDSON (1999).

A realização de um pré-teste e a análise dos dados, após tabulação, demonstrará possíveis falhas existentes. Pode-se citar:

- Inconsistência ou complexidade das questões.
- Ambiguidades ou linguagem inacessível.
- Perguntas supérfluas ou que causem embaraço ao informante.
- Questões que obedecem a uma determinada ordem.
- Se são muito numerosas.

Para Marconi e Lakatos (2010) o pré-teste poderá ser aplicado mais de uma vez com o objetivo de aprimoramento e aumento de validação. Também permite uma estimativa sobre os futuros resultados.

3.4 Procedimentos de análise dos dados

Após a aplicação dos questionários, foram feitas as análises dos mesmos e a descrição dos resultados obtidos para que se tenha um melhor entendimento do assunto avaliado. Buscou-se verificar a existência e a preocupação da aplicação de sustentabilidade nas empresas analisadas, identificando as ações realizadas e os estímulos de cada uma ao realizar ações aliadas ao planejamento estratégico.

3.5 Procedimentos éticos

Pesquisas que envolvem seres humanos devem observar os critérios éticos estabelecidos pela Resolução 196/96 do Conselho Nacional de Saúde. Todos os participantes da pesquisa o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que consta no Apêndice 1 do trabalho. A pesquisa atende as exigências do Comitê de Ética da Antonio Meneghetti Faculdade, seguindo normas da Plataforma Brasil.

O desenvolvimento da pesquisa deverá respeitar alguns princípios éticos onde todas as pessoas envolvidas, direta ou indiretamente, deverão ser respeitadas, preservando sua identidade e privacidade. Para tanto, existem quatro princípios que devem ser atendidos pelos pesquisadores, sendo estes:

- a) consentimento livre e esclarecido dos indivíduos-alvo e a proteção a grupos vulneráveis e aos legalmente incapazes (autonomia).
- b) ponderação entre riscos e benefícios, tanto atuais como potenciais, individuais ou coletivos (beneficência), comprometendo-se com o máximo de benefícios e o mínimo de danos e riscos;

- c) garantia de que danos previsíveis serão evitados (não maleficência);
- d) relevância social da pesquisa com vantagens significativas para os sujeitos da pesquisa e minimização do ônus para os sujeitos vulneráveis, o que garante a igual consideração dos interesses envolvidos, não perdendo o sentido de sua destinação sócio-humanitária (justiça e equidade) (BRASIL, 1996).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo serão apresentados os resultados obtidos a partir da aplicação dos questionários. No total, foram consultadas 9 empresas pertencentes a diversos segmentos de atuação que, a partir de um contato inicial, demonstraram interesse em participar da pesquisa.

Quanto ao porte das empresas pesquisadas foram observadas: duas microempresas, três empresas de pequeno porte, duas de médio porte e duas de grande porte, totalizando assim 100% dos entrevistados.

Figura 9 - Porte da empresa

Microempresa	2	22%
Pequeno	3	33%
Médio	2	22%
Grande	2	22%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Quanto ao ramo de atuação das empresas, obtiveram-se: duas do ramo cerealista, duas de insumos agrícolas, duas lavanderias, uma de móveis e esquadrias e duas revendas de combustíveis, totalizando 100%.

Figura 10 - Ramo de atuação da empresa

Cerealista	2	22%
Insumos agrícolas	2	22%
Lavanderia	2	22%
Móveis e esquadrias	1	11%
Revenda de combustíveis	2	22%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Optou-se por avaliar empresas de diversos portes e segmentos de atuação a fim de que fossem conhecidas as ações, o conhecimento e as opiniões relacionadas ao tema sustentabilidade.

Quanto ao sexo dos respondentes 22% eram do sexo feminino e 78% eram masculinos.

Figura 11 – Sexo do respondente

Feminino	2	22%
Masculino	7	78%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Quanto ao nível de escolaridade, 22% possuem nível superior incompleto e 78% nível superior completo.

Figura 12 - Nível de escolaridade

Superior incompleto	2	22%
Superior completo	7	78%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Essa informação constitui-se muito relevante uma vez que os respondentes possuem uma maior formação decorrente do nível de escolaridade que possuem. Cabe ressaltar que a maioria dos respondentes eram proprietários das empresas consultadas.

A seguir, foi questionado qual o grau de conhecimento que os entrevistados possuíam sobre sustentabilidade onde deveriam responder com a pontuação de 1 a 5, sendo que 1 representava nenhum conhecimento e 5 muito conhecimento sobre o tema. As pontuações 4 e 3 tiveram 4 respondentes (44%) cada, totalizando 88%. Isso indicou que 44% possuem conhecimentos e 44% possuem pouco conhecimento sobre o tema. As pontuações 5, 2 e 1 não apresentaram respondentes.

Figura 13 - Quais são os seus conhecimentos sobre o tema "Sustentabilidade"?

5 - Muito	0	0%
4 - Tem conhecimento	4	44%
3 - Pouco	4	44%
2 - Muito pouco	0	0%
1 - Nenhum	0	0%
Não respondeu	1	12%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

De acordo com as respostas obtidas, para 44% dos respondentes o tema é pouco conhecido, o que demonstra a necessidade de uma maior divulgação devido à relevância do referido tema para os dias atuais.

Na questão número 2 foram questionados a que variáveis a sustentabilidade está ligada: 11% marcaram a opção A que diz que a sustentabilidade está ligada com as questões ambientais, ou seja, questões relacionadas ao uso consciente dos recursos do meio ambiente; 11% marcaram as opções B, C que dizem que a sustentabilidade está ligada as questões sociais, ou seja, questões relacionadas à melhoria da qualidade de vida dos funcionários da sua empresa e da comunidade e econômicas, ou seja, questões relacionadas à sustentabilidade dos negócios da empresas visando o lucro e a saúde financeira, e 78% marcaram as opções A, B, C que dizem que a sustentabilidade está ligada as questões ambientais, ou seja, questões relacionadas ao uso consciente dos recursos do meio ambiente, sociais, ou seja, questões relacionadas à melhoria da qualidade de vida dos funcionários da sua empresa e da comunidade e econômicas, ou seja, questões relacionadas à sustentabilidade dos negócios da empresas visando o lucro e a saúde financeira.

Figura 14 – Sustentabilidade está ligada às questões

Ambientais	1	11%
Sociais, Econômicas	1	11%
Ambientais, Sociais, Econômicas	7	78%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Quando confrontadas as questões 2 e 3 verifica-se que a maior parte dos respondentes tem conhecimento sobre o tema, pois sabem quais variáveis estão relacionadas com a sustentabilidade.

Na questão número 3 foi perguntada a opinião dos respondentes em relação o que a sustentabilidade pode representar para a sua empresa, 11% marcaram a opção A que diz representar oportunidade de ganhos, 22% marcaram a opção B que diz representar nem ganhos, nem despesas, 11% marcaram a opção C que diz representar custos e despesas e 56% marcaram as opções A, C que dizem representar oportunidade de ganhos e custos e despesas.

Figura 15 – Em sua opinião a sustentabilidade pode representar para sua empresa

Oportunidade de ganhos	1	11%
Nem ganhos, nem despesas	2	22%
Custos e despesas	1	11%
Oportunidade de ganhos, Custos e despesas	5	56%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

O resultado indicou que a sustentabilidade representa uma oportunidade de ganhos para a empresa, mesmo que num certo momento sejam necessárias alguns investimentos para ações de adequação.

Na questão 4 foi questionado o quanto o entrevistado considera que as empresas deveriam dar importância a questão do meio ambiente, onde deveriam responder com a pontuação de 1 a 10 sendo que 1 seria sem importância e 10 muita importância sobre o tema. A pontuação de número 10 teve 4 respondentes, a pontuação 9 teve 1 respondentes, a pontuação 8 teve 2 respondentes e as pontuações 9, 7 e 6 tiveram 1 respondente cada.

Figura 16 – Dê uma nota de 1 a 10, para o quanto você considera que as empresas deveriam dar importância à questão do meio ambiente. (Sendo que a nota 1 significa "sem importância" e a nota 10 "muita importância")

Nota	frequência
10	4
9	1
8	2
7	1
6	1
Total	9
Média	8.67

Fonte: elaborado pela autora

A partir dos resultados foi determinada a média igual a 8,67, o que significa que a questão do meio ambiente é bastante relevante para as empresas segundo os respondentes.

Na questão número 5, foram questionados se a empresa passa uma boa imagem em termos de desenvolvimento sustentável para seus clientes. 56% marcaram a opção A que representa sim, passa uma boa imagem, 0% marcou a opção B que representa não passar uma boa imagem e 44% marcaram a opção C que representa não saber avaliar.

Figura 17 - Em sua opinião, a sua empresa passa uma boa imagem em termos de desenvolvimento sustentável para os clientes?

Sim	5	56%
Não	0	0%
Não sabe avaliar	4	44%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Observando-se que 44% dos respondentes afirmaram não saber avaliar a imagem da empresa em relação ao desenvolvimento sustentável, verifica-se que é necessária a divulgação de ações que apresentem formas de avaliação relacionando a imagem da empresa com o desenvolvimento sustentável, pois

mesmo que a empresa desenvolva ações relacionadas ao referido tema, isso pode não estar repercutindo na imagem da mesma.

Na questão número 6 foram questionados se a empresa inclui algum critério de sustentabilidade na avaliação de seus fornecedores onde 11% marcaram a opção A que diz sim, 44% marcaram a opção B que diz sim, em grande parte avaliam 11% marcaram a opção C que diz avaliar em parte e 11% marcaram a opção D que diz não se preocupar em avaliar seus fornecedores.

Figura 18 – A sua empresa inclui algum critério de sustentabilidade ambiental na avaliação de fornecedores?

Sim, totalmente	1	11%
Sim, em grande parte	4	44%
Sim, em parte	3	33%
Não	1	11%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

As repostas b e c totalizaram 77% o que representa que a maioria das empresas participantes da pesquisa se preocupa se os seus fornecedores adotam critérios de sustentabilidade no desenvolvimento de suas atividades com a preocupação na preservação do meio ambiente.

Na questão número 7 foram perguntados se a empresa atua na conscientização dos aspectos relacionados à sustentabilidade ambiental. 11% marcaram as opções A, B que diz atuar conscientizando no controle do consumo de energia e água, 11% marcaram as opções A, E que diz atuar conscientizando no controle do consumo de energia e uso de matéria prima ou material reciclável no processo produtivo como captação de água da chuva e/ ou reutilização de água, 22% marcaram as opções A, B, C que diz atuar conscientizando no controle de energia, água e consumo de papel. A letra F, no entanto não foi marcada e diz que não faria nada de conscientização.

Figura 19 – Sua empresa atua na conscientização de aspectos de sustentabilidade ambiental?

Controle do consumo de energia, Controle do consumo de água	1	11%
Controle do consumo de energia, Uso de matéria-prima ou material reciclável, etc.	1	11%
Controle do consumo de energia, Controle do consumo de água, Controle de consumo de papel	2	22%
Controle do consumo de energia, Controle do consumo de água, Coleta seletiva de lixo, Uso de matéria-prima ou material reciclável, etc.	1	11%
Controle do consumo de água, Controle de consumo de papel	1	11%
Controle do consumo de água, Coleta seletiva de lixo, Uso de matéria-prima ou material reciclável, etc.	2	22%
Coleta seletiva de lixo	1	11%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Observou-se que as opções que mais se destacaram foram a opção A (atuar conscientizando no controle do consumo de energia) e B (atuar conscientizando no controle do consumo de água). Isso pode ser decorrente de uma maior divulgação de ações relacionadas a esses tópicos e também em virtude de que os gastos relacionados a esses são bastante onerosos para as empresas.

Na pergunta número 8 foram questionados se a empresa realiza algumas ações sustentáveis, onde 11% marcaram as opções A, B que diz que fazem a destinação adequada de resíduos tóxicos tais como solventes produtos de limpeza e cartucho de tinta e atendem à legislação ambiental de seu segmento empresarial, 22% marcaram as opções A, B, C que dizem fazer a destinação adequada de resíduos tóxicos tais como solventes produtos de limpeza e cartucho de tinta e atendem à legislação ambiental de seu segmento empresarial e que possui licenciamento ambiental, 33% marcaram as opções A, B, C, D que dizem fazer a destinação adequada de resíduos tóxicos tais como solventes produtos de limpeza e cartucho de tinta e atendem à legislação ambiental de seu segmento empresarial e que possui licenciamento ambiental e reciclagem de pilhas, baterias e pneus, 11%

marcaram as opções A, B, C, E que dizem fazer a destinação adequada de resíduos tóxicos tais como solventes produtos de limpeza e cartucho de tinta e atendem à legislação ambiental de seu segmento empresarial e que possui licenciamento ambiental e faz a utilização de incentivos para adequação de sua conta energética, 22% marcaram as opções B, C que dizem fazer atendimento à legislação ambiental de seu segmento empresarial e que possui licenciamento ambiental. A letra F, no entanto não foi marcada e diz que não realiza nenhuma ação.

Figura 20 - Sua empresa realiza: (pode ser marcada mais de uma resposta)

Destinação adequada de resíduos tóxicos, Atendimento à legislação ambiental	1	11%
Destinação adequada de resíduos tóxicos, Atendimento à legislação ambiental, Tem licenciamento ambiental	2	22%
Destinação adequada de resíduos tóxicos, Atendimento à legislação ambiental, Tem licenciamento ambiental, Reciclagem de pilhas, baterias e pneus	3	33%
Destinação adequada de resíduos tóxicos, Atendimento à legislação ambiental, Tem licenciamento ambiental, Utilização de incentivos	1	11%
Atendimento à legislação ambiental Tem licenciamento ambiental	2	22%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

As opções que mais se destacaram foram A, B e C que dizem fazer a destinação adequada de resíduos tóxicos (tais como solventes produtos de limpeza e cartucho de tinta), atendem à legislação ambiental de seu segmento empresarial e que possuem licenciamento ambiental. Isso pode ser decorrente das exigências dos órgãos de fiscalização responsáveis, evitando possíveis problemas de atuação, multas e impedimentos legais de atuação.

Na pergunta número 9 foi questionado se a empresa realizou ou realiza algumas ações, onde 22% marcaram as opções A, B que diz que estimulam a alfabetização dos funcionários e subsidia cursos para os funcionários, 11% marcaram a opção B que diz que subsidia cursos para os funcionários, 11%

marcaram a opção B, C onde diz que subsidia cursos para os funcionários e colabora com a realização de estágios, 22% marcaram as opções B, C, D que diz que subsidia cursos para os funcionários, colabora com a realização de estágios e concede incentivo aos funcionários matriculados em cursos de todos os níveis, 22% marcaram a opção C que diz colaborar com a realização de estágios e 11% marcaram a opção E que diz não fazer nenhuma ação.

Figura 21 - Indique quais dessas ações sua empresa realizou ou está realizando:
(pode ser marcada mais de uma resposta)

Estimula a alfabetização dos funcionários, Subsidia cursos para os funcionários	2	22%
Subsidia cursos para os funcionários	1	11%
Subsidia cursos para os funcionários, Colabora com a realização de estágios	1	11%
Subsidia cursos para os funcionários, Colabora com a realização de estágios, Concede incentivo aos funcionários matriculados em cursos	2	22%
Colabora com a realização de estágios	2	22%
Nenhuma ação	1	11%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

As opções que mais se destacaram foram B e C onde são ações que subsidiam cursos para os funcionários e colaboram com a realização de estágios.

Na pergunta número 10 foi questionado se as empresas, além de cumprir as obrigações determinadas por lei, se preocupam em realizar outras ações. 33% marcaram as opções A, B que diz estar aberta a críticas e sugestões e oferecem a seus funcionários um ambiente físico agradável e seguro, 67% marcaram as opções A, B, C que diz Incentivar os cuidados com higiene e saúde, oferecerem a seus funcionários um ambiente físico agradável e seguro e estar aberta a críticas e sugestões. A letra D, no entanto não foi marcada onde diz que nenhuma das opções a empresa realiza.

Figura 22 - Além de cumprir as obrigações determinadas por lei, a empresa se preocupa em: (pode ser marcada mais de uma resposta)

Estar aberta a críticas e sugestões, Ambiente físico agradável e seguro	3	33%
Estar aberta a críticas e sugestões, Ambiente físico agradável e seguro, Incentivar cuidados com higiene e saúde	6	67%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Na pergunta 11 foi questionado se a empresa se preocupa em estar sempre em contato com a comunidade, procurando minimizar os impactos negativos que suas atividades possam causar dando uma nota de 1 a 10, sendo que 1 significa "não se preocupa" e 10 "se preocupa sempre". A pontuação de número 10 teve 2 respondentes, a pontuação 8 teve 1 respondente, a pontuação 7 teve 3 respondentes e a pontuação 5 teve 3 respondentes.

Figura 23 - A empresa se preocupa em estar sempre em contato com a comunidade, procurando minimizar os impactos negativos que suas atividades possam causar? Dê uma nota de 1 a 10, sendo que 1 significa "não se preocupa" e 10 "se preocupa sempre".

Nota	frequência
10	2
8	1
7	3
5	3
Total	9
Média	7.11

Fonte: elaborado pela autora

A média calculada para a questão 11 foi igual a 7,11 o que representa que as empresas se preocupam com a comunidade na qual estão inseridas, buscando minimizar possíveis efeitos negativos decorrentes de suas atividades o que demonstra a preocupação com a responsabilidade socioambiental.

Na pergunta número 12 foi questionado o relacionamento com seus fornecedores. 45% marcaram a opção A que diz buscar fornecedores que sejam parceiros, tenham princípios similares aos seus e que contribuam para o seu negócio, 33% marcaram as opções B, que diz ter uma relação amigável, 22% marcaram as opções A, B que diz buscar fornecedores que sejam parceiros, tenham princípios similares aos seus e contribuam para o seu negócio e que tem uma relação amigável. A letra C, no entanto não foi marcada onde diz ter constantemente conflitos com seus clientes e sempre sai prejudicado.

Figura 24 – No relacionamento com seus fornecedores

Busca fornecedores parceiros e com princípios similares	4	45%
Tem uma relação amigável	3	33%
Busca fornecedores parceiros e com princípios similares, Tem uma relação amigável	2	22%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Na pergunta número 13 foi questionado o relacionamento com seus clientes onde, 33% marcaram a opção A que diz que os considera ao tomar suas decisões, 22% marcaram a opção B que diz que procura dar um bom tratamento a eles, 44% marcaram as opções A, B que diz que os considera ao tomar suas decisões e procura dar um bom tratamento a eles. A letra C, no entanto não foi marcada que diz que são importantes, mas é impossível agradá-los.

Figura 25 - No relacionamento com seus clientes

Os considera ao tomar decisões	3	33%
Procura dar bom tratamento	2	22%
Os considera ao tomar decisões, Procura dar bom tratamento	4	45%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

A partir dos resultados obtidos, pode-se verificar que as empresas consultadas estão bastante preocupadas com os seus clientes em relação a tomada

de decisões e o tratamento dispensado a eles, pois se sabe que atualmente o bom relacionamento com clientes constitui-se num diferencial para o sucesso de uma empresa.

Na pergunta 14 foi questionado se a empresa possui métodos para avaliar a satisfação de seus clientes. 11% responderam a opção A, sim possuem métodos para avaliar e os mesmos são questionários e contato direto com a gerência e 89% marcaram a opção B que diz não ter métodos avaliativos.

Figura 26 - A empresa tem métodos para avaliar a satisfação dos seus clientes?

Sim	1	11%
Não	8	89%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Somente uma empresa respondente realiza um método de avaliação de satisfação de seus clientes por intermédio de questionários e/ou contato direto com a gerência.

Quando confrontadas as perguntas 13 e 14, constatou-se que mesmo que as empresas conheçam a importância dos clientes, necessitam desenvolver formas para avaliar a satisfação dos mesmos, pois isso se constitui num instrumento fundamental para captação de novos clientes e fidelização dos mesmos. Atualmente, num cenário nas quais produtos e serviços são similares, o que vai diferenciar um produto ou serviço é a experiência positiva proporcionada.

Na pergunta 15 foi questionado se a empresa divulga seus programas sociais ou ambientais visando diferenciar sua marca e aumentar as vendas. 11% responderam a opção A, que divulgam sempre seus programas sociais ou ambientais e 56% marcaram a opção B que diz que divulgam às vezes seus programas sociais ou ambientais. Os métodos de divulgação empregados são: jornal, *facebook*, contato com os clientes, bandeira Ipiranga, *flyer*, site da empresa, redes sociais, rádios, cartazes e reuniões, 33% marcaram a opção C que diz não se preocupar em divulgar.

Figura 27 - Sua empresa divulga seus programas sociais ou ambientais visando diferenciar sua marca e aumentar suas vendas?

Sim, sempre	1	11%
Sim, às vezes	5	56%
Não	3	33%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Observando-se a tabela 27, verificou-se que 67% dos respondentes divulgam seus programas sociais ou ambientais, preocupando-se com a consolidação de suas marcas e aumento do número de vendas.

Na pergunta 16 foram questionadas quais as principais barreiras que dificultam em a empresa adotar ações de sustentabilidade em seu dia a dia. 11% responderam a letra B que diz não encontrar parceiros para cooperação, 11% marcaram a opção C que diz ser muito caro adotar ações sustentáveis, 11% marcaram a opção H que diz ter outros motivos que dificultam em adotar esse tipo de ação, 11% marcaram a opção I que diz não saber avaliar quais dificuldades em adotar essas ações, 11% marcou as opções A, B, D, E que diz não possuir informações suficientes sobre sustentabilidade, que não encontra parceiros para cooperação, que não possui pessoal qualificado para isso e não consegue crédito para isso, 11% marcaram as opções B, C, H que diz não encontrar parceiros para cooperação, muito caro e que possui outros motivos que dificultam em adotar tais ações de sustentabilidade, 11% marcaram as opções C, H que diz ser muito caro e outras dificuldades e 11% não responderam esse questionamento.

Figura 28 – Quais são as principais barreiras que dificultam sua empresa a adotar ações de sustentabilidade em seu dia a dia? (pode ser marcada mais de uma resposta)

Não encontro parceiros para cooperação	1	11%
É muito caro	1	11%
Outros	1	11%
Não sei avaliar	1	11%
Não possuo informações suficientes, Não encontro parceiros para cooperação, Não tenho pessoal qualificado, Não consigo crédito	1	11%
Não encontro parceiros para cooperação, É muito caro, Outros	1	11%
É muito caro, Outros	2	22%
Não respondeu	1	11%
Total	9	100%

Fonte: elaborado pela autora

Pode-se observar que as respostas mais significativas foram B (não encontrar parceiros para cooperação), C (muito caro adotar ações sustentáveis) e H (outros motivos que dificultam em adotar esse tipo de ação).

Na pergunta 17 foi questionado que tipo de ações voltadas para a sustentabilidade você teria interesse em fazer em sua empresa? As respostas obtidas foram:

- gestão financeira;
- reflorestamento, parceria e ações sociais, gerar mais empregos, coleta seletiva, destinação correta dos resíduos, captação de água da chuva e ou reutilização da água;
- maior incentivo ao desenvolvimento pessoal dos colaboradores, auxílio familiar, maior assistência médica e odontológica, maior opção de cursos;
- a empresa ainda tem muito que cooperar com a sustentabilidade, o que temos feito já tem ajudado muito. Mas, ainda procuramos novos projetos;

- reutilização da água, captação de energia solar, substituição das embalagens de plástico por outra menos agressiva ao meio ambiente;
- quaisquer ações que recebam incentivos do governo; e
- deveremos iniciar a coleta seletiva do lixo, implantar um planejamento de longo prazo que vise à sustentabilidade e implantar programas de treinamentos visando melhorar o lado humano das pessoas.

Analisando-se as respostas obtidas na questão 17, pode-se constatar que as empresas demonstram grande interesse em desenvolver ações voltadas para a sustentabilidade em diversos segmentos de atuação. Porém, são necessários estímulos para que de fato desenvolvam as ações. Tais estímulos podem ser campanhas de divulgação e conscientização do tema, programas de estímulos financeiros para aderirem a prática sustentável, desenvolvimento de ações sociais para a consolidação da marca e uma conseqüente maior captação e fidelização de clientes favorecendo a lucratividade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente trabalho buscou responder o objetivo geral do mesmo que foi: identificar as estratégias de sustentabilidade ambiental utilizadas pelas empresas em estudo. Para isso, foram definidos como objetivos específicos: verificar se existe ou não o emprego da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável nas empresas consideradas; identificar ações de desenvolvimento sustentável empregadas nas empresas analisadas; analisar os mecanismos de estímulo (contexto interno e externo) à incorporação da sustentabilidade nas empresas pesquisadas; identificar o fator chave que mais impulsiona o uso de estratégias ligadas à sustentabilidade na gestão da empresa; a partir da identificação das principais contribuições.

Os participantes da pesquisa contribuíram de forma a viabilizar a realização deste trabalho. Em contrapartida, esta pesquisa buscou conhecer as práticas sustentáveis adotadas pelas empresas e, a partir disso, definir e propor ações que busquem difundir o tema "sustentabilidade" e ações relativas ao desenvolvimento sustentável.

Quando o objetivo foi verificar se existe ou não o emprego da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável nas empresas consideradas, observaram os seguintes resultados: 44% dos entrevistados possuem algum tipo de conhecimento e 44% possuem pouco conhecimento a respeito do tema o que mostra que apenas metade dos entrevistados de certa forma se importa com o tema. Em contrapartida 78% dos entrevistados entende que a sustentabilidade não está somente ligada ao meio ambiente e sim a saúde no total que vai desde o meio ambiente, social e econômica, mas que de certa forma não adotam o tema como forma de cortar custos e despesas em decorrência de falta de parcerias e outros motivos aos quais não foram citados.

Em relação à identificar ações de desenvolvimento sustentável empregadas nas empresas analisadas, às ações mencionadas pelas empresas entrevistadas vão desde a economia de água e energia, a destinação adequada dos resíduos e o bem estar social começando pelos seus colaboradores e o que chamou bastante atenção é que muitos relacionaram que gostariam de realizar mais atividades para se tornarem sustentáveis, onde buscam desde realizar uma gestão financeira

sustentável, destinação correta, programas sociais com seus colaboradores, captação adequada de energia solar e abastecimento de água e até reflorestamento como forma de enriquecer sua marca e o meio ambiente.

Quando foram analisados os mecanismos de estímulo (contexto interno e externo) à incorporação da sustentabilidade nas empresas pesquisadas, ou seja, o que a sustentabilidade representava para sua empresa, os resultados mostram que mesmo muitos acreditarem que ser uma empresa sustentável traga custos e despesas também pode trazer oportunidades a qual elevam o valor de sua empresa perante seus clientes e que a questão do meio ambiente é bastante considerada mesmo que 44% dos respondentes não saibam avaliar se sua empresa passa uma boa imagem perante a sustentabilidade.

Os fatores que mais impulsionam o uso de estratégias ligadas à sustentabilidade na gestão da empresa são os cortes de custos e despesas em relação à energia e água, o que são cujo valor é alto a se pagar onde alia o bem estar ambiental com o bem estar das finanças da empresa. Também foi relatada a destinação de itens tóxicos que por lei determinam a destinação correta desses itens.

Observa-se que um empreendedor pode tornar a sua empresa sustentável com a adoção de algumas recomendações que resultem na economia de recursos e custos, independentemente do porte da mesma. Algumas dessas ações podem ser: pintar as paredes de branco para melhorar a iluminação, abrir algumas janelas para reduzir o consumo de ar condicionado, realizar a manutenção de máquinas e equipamentos regularmente, trocar lâmpadas tradicionais por *led*, fazer a substituição de equipamentos antigos por equipamentos mais modernos que possuam certificação, separar o lixo, utilizar logística reversa, realizar a substituição de copos plásticos por canecas, controlar os gastos com papéis e impressoras, praticar a captação da água da chuva de maneira adequada, substituir o modelo de geração de energia, desligar equipamentos que não estiverem sendo utilizados, entre outras.

Ou seja, o caminho para um modelo de gestão eco eficiente é reduzir o consumo, inovar e compartilhar ideias. Para isso, é fundamental o envolvimento, conscientização e responsabilidade dos funcionários e parceiros da organização,

pois a oportunidade de relacionamento, a educação e o engajamento constituem elementos fundamentais relacionados à sustentabilidade.

A realização de treinamentos, palestras, oficinas, cursos de atualização, entre outros, constituem instrumentos fundamentais para a disseminação de conhecimentos necessários capazes de estabelecer um equilíbrio entre o desenvolvimento econômico e a preservação de recursos naturais.

Em relação à intenção e posição da empresa perante as mudanças Ribeiro, (2006, p.3) diz que:

Empresas de todo o mundo se ajustaram, ou estão em processo de ajustamento, com vista à sua continuidade e expansão no mercado, agora internacional, que exige produtividade, eficácia, eficiência, racionalização, agilidade e qualidade técnica e ambiental. Contudo, adaptar-se a todas essas mudanças, melhorar o processo produtivo e implementar qualidade ambiental, não basta; necessário se faz demonstrar o que está sendo feito. A globalização das atividades econômicas, a concorrência, a vasta gama de opções que tem os consumidores, investidores, fornecedores de linha de crédito e o governo, enfim, todos aqueles que têm interesse na continuidade da empresa e exigem que a transparência das operações e sua conduta seja alvo de grande importância e preocupação. Em outras palavras, a comunidade externa adquiriu significativos poderes, deixando-as em situação de grande vulnerabilidade. Por isso, agir certo – e demonstrar que se está agindo certo – tornou-se uma questão fundamental.

Resumindo a economia da empresa e o sistema ecológico devam andar juntos de forma a cooperar um com o outro a fim de crescer sadamente sem prejudicar nenhuma das partes envolvidas.

Destaca-se que não se pode falar em sustentabilidade sem relacioná-la com responsabilidade, ou seja, definir a importância que cada cidadão possui e suas respectivas ações para a construção de uma sociedade sustentável.

"Ser responsável não é uma escolha, mas um fato que não pode ser eliminado a partir do momento que se existe onde um evento acontece". (MENEGETTI, 2010)

A busca por um desenvolvimento sustentável tem como objetivo construir um futuro próspero e gerar mudanças positivas na vida de cada cidadão: "ações que recuperem a natureza dos seres humanos". (PETRY, OLIVEIRA E SCHAEFER, 2015).

É necessário que cada indivíduo reveja seus hábitos e seu estilo de vida, ao mesmo tempo em que as empresas necessitam se adequar a uma nova realidade, buscando alternativas que visem melhorar o ambiente na qual estão inseridas.

Sabe-se que a sustentabilidade empresarial está cada vez mais atrelada às estratégias de relacionamento com o público, seja ele interno ou externo. A mídia tem divulgado que empresas que executam estratégias dentro do quesito de sustentabilidade tem suas marcas mais valorizadas, o que demonstra os benefícios decorrentes do desenvolvimento de ações práticas.

Acredita-se que o papel social das empresas deva levar a adoção de posturas éticas e compromissos sociais com a sociedade e tem se tornado um diferencial competitivo e indicador de rentabilidade e sustentabilidade. Isso origina o desenvolvimento de valores e práticas com efeitos positivos sobre sua cadeia produtiva e seus colaboradores, e leva a atingir a melhoria de seus resultados.

Como sugestões para trabalhos futuros, podem-se destacar:

- Aplicação para um maior número de empresas incluindo outras áreas de atuação.
- Ampliação do questionário empregado visando maior detalhamento das atividades realizadas.
- Emprego de indicadores de sustentabilidade empresarial já estabelecidos e possibilidade de elaboração de novos indicadores resultantes das informações obtidas.
- Elaboração de ações visando maiores esclarecimentos e divulgação da relevância de ações relacionadas à sustentabilidade, buscando uma maior sensibilização por parte dos empresários.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABORDAGENS PARA A SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES. Vol.1. Disponível em: <[http://acervo.ci.fdc.org.br/AcervoDigital/Cadernos%20de%20Id%C3%A9ias/2012/CI1201%20\(2\).pdf](http://acervo.ci.fdc.org.br/AcervoDigital/Cadernos%20de%20Id%C3%A9ias/2012/CI1201%20(2).pdf)>. Acesso em: 13 nov. 2016.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos / José Carlos Barbieri. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BEZERRA, I. M.; COSTA JUNIOR, L. B. da. **Instrumentos de coleta de dados.** Disponível em: <http://www.esfcex.ensino.eb.br/revista/producaocientifica/arquivo/172_artigo.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2016.

Brasileiras lideram ranking de sustentabilidade das 50 maiores empresas latino-americanas. Disponível em: <<http://colunas.revistaepocanegocios.globo.com/empresaverde/2009/07/01/brasileiras-lideram-ranking-de-sustentabilidade-das-50-maiores-empresas-latino-americanas/>>. Acesso em 05 de set. 2016.

Caderno de ideias FDC Abordagens para a sustentabilidade nas organizações. Volume 1. Disponível em: <[http://acervo.ci.fdc.org.br/AcervoDigital/Cadernos%20de%20Id%C3%A9ias/2012/CI1201%20\(2\).pdf](http://acervo.ci.fdc.org.br/AcervoDigital/Cadernos%20de%20Id%C3%A9ias/2012/CI1201%20(2).pdf)>. Acesso em: 05 de set. 2016.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica.** 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CNJ Conselho nacional de justiça resolução Resolução Nº 201 de 03/03/2015. Disponível em; <<http://www.cnj.jus.br/busca-atos-adm?documento=2795> >. Acesso em 03 de set. 2016.

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. **Responsabilidade Social Empresarial,** Por Adm. Pedro Henrique Costa. Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/acoes-cfa/artigos/usuarios/responsabilidade-social-empresarial>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

CONSUMO SUSTENTÁVEL: Manual de educação. Brasília: Consumers International/ MMA/ MEC/ IDEC, 2005. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/estruturas/educamb/_arquivos/consumo_sustentavel.pdf>. Acesso em: 05 set. 2016.

DIAS, R. **Gestão Ambiental:** responsabilidade social e sustentabilidade / Reinaldo Dias. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

DONAIRE, D. **Gestão ambiental na empresa.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Estado da gestão para a Sustentabilidade no Brasil (2014). Disponível em: <<http://acervo.ci.fdc.org.br/AcervoDigital/Relat%C3%B3rios%20de%20Pesquisa/>>

Relat%C3%B3rios%20de%20Pesquisa%202014/Estado%20da%20Gest%C3%A3o%20para%20a%20Sustentabilidade%20no%20Brasil%20-%202014.pdf>. Acesso em 13 nov. 2016.

FUNDAÇÃO DOM CABRAL. **Estado da gestão para Sustentabilidade no Brasil** (2014). Disponível em: <<http://acervo.ci.fdc.org.br/AcervoDigital/Relat%C3%B3rios%20de%20Pesquisa/Relat%C3%B3rios%20de%20Pesquisa%202014/Estado%20da%20Gest%C3%A3o%20para%20a%20Sustentabilidade%20no%20Brasil%20-%202014.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

GIL, A. C. (2002) **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª. Ed. São Paulo: Atlas S/A

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HAIR JR., Joseph F.; BABIN, Barry; MONEY, Arthur H; SAMOUEL, Phillip. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

INSTITUTO FILANTROPIA (2008). **Triple Bottom Line**: O tripé da sustentabilidade. Autor: Fernando Credidio, 2008. Disponível em: <http://www.institutofilantropia.org.br/component/k2/item/1607-triple_bottom_line_o_tripe_da_sustentabilidade>. Acesso em: 13 nov. 2016.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MENEGHETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. Recanto Maestro: Ontopsicológica, 2010.

MIKHAILOVA, I. Sustentabilidade: evolução dos conceitos teóricos e os problemas da mensuração prática. **Revista Economia e Desenvolvimento**, nº 16, 2004. Disponível em: <http://w3.ufsm.br/depcie/arquivos/artigo/ii_sustentabilidade.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2016.

MIKHAILOVA, I. Sustentabilidade: evolução dos conceitos teóricos e os problemas da mensuração prática. **Revista Economia e Desenvolvimento**, nº 16, 2004. Disponível em: < <https://periodicos.ufsm.br/eed/article/viewFile/3442/1970>>. Acesso em: 25 ago. 2016.

Ministério do meio ambiente - Responsabilidade Socioambiental. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental>>. Acesso em: 01 de set. 2016.

O QUE É ISSO 14001. Disponível em: <<http://certificacaoiso.com.br/iso-14001/>>. Acesso em 01 de out. 2016.

O que você faz pelo planeta? EcoPenafirme 2013. Disponível em: <<https://ecopenafirme.wordpress.com/2013/02/21/o-que-voce-faz-pelo-planeta/>>. Acesso em: 01 de out. 2016.

PACTO GLOBAL REDE BRASIL. **Os 10 Princípios**. (2013). Disponível em: <<http://www.pactoglobal.org.br/artigo/56/Os-10-principios>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

PETRY, A. M.; OLIVEIRA, G. R. de e SCHAEFER, R. A forma mentis de uma sociedade sustentável: uma proposta de formação de jovens. In: **Congresso Internacional Responsabilidade e Reciprocidade: Valores Sociais para uma Economia Sustentável**, n. 1,v. 1, 2012. Recanto Maestro. Años. Disponível em: <<https://reciprocidade.emnuvens.com.br/rr/article/view/3>>. Acesso em: 13 out. 2016.

PLANO DE AÇÃO PARA PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS. Disponível em: <www.mma.gov.br/...socioambiental/.../90-producao-e-consumo-sustentaveis?>. Acesso em: 23 de ago. 2016.

PROJETO SUSTENTABILIDADE. **Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável conceitos sinônimos**. Disponível em: <<http://sustentabilidade.grupohn.com.br/2013/09/27/sustentabilidade-e-desenvolvimento-sustentavel-conceitos-sinonimos/>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

RELATÓRIO DE ATUAÇÃO RESPONSÁVEL. Disponível em: <http://abiquim.org.br/pdfs/atu_rela-atua.pdf (p. 1 e 2) >. Acesso em: 13 nov. 2016.

Responsabilidade Social e Ambiental por Maria Elisabeth Pereira Kraemer. Disponível em: <<http://www.janelanaweb.com/digitais/kraemer2.html>>. Acesso em 13 nov. 2016.

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

RIBEIRO, Maisa de Souza. **Contabilidade ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2006. 220 p.

RICHARDSON, R. J. et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável** / organização: Paula Yone Stroh. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SCHIFFMAN, L.; KANUK, L. **Comportamento do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC Editora. 2000.

SEBRAE. **Pesquisa sobre Sustentabilidade**. Disponível em: <observatorio.sebraego.com.br/midias/downloads/19112014101025.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2016.

Semana do Meio Ambiente: 9 atitudes sustentáveis que tornam o mundo melhor (2016). Disponível em: <<http://uniesp.edu.br/semana-do-meio-ambiente-9-atitudes-sustentaveis-que-tornam-o-mundo-melhor/>>. Acesso em: 01 de set. 2016.

Sistema de energia solar é instalado em aldeias Munduruku, Pará. Disponível em: <<http://www.ecoplanetenergy.com/pt-br/tag/sustentabilidade/>>. Acesso em 05 de set. 2016.

SOUZA, A;C, FIALHO, F;A;P, OTANI, N. TCC: **métodos e técnicas**. Florianópolis: visual books, 2007.

Sustentabilidade - Brasil Sustentável. Disponível em: <<http://www.brasilsustentavel.org.br/sustentabilidade>>. Acesso em 01 de out. 2016.

SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: conheça a diferença! Publicado em 15-05-2015. Disponível em: <<http://www.teraambiental.com.br/blog-da-tera-ambiental/sustentabilidade-e-desenvolvimento-sustentavel-conheca-a-diferenca>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: conheça a diferença! (2015). Disponível em: <<http://www.teraambiental.com.br/blog-da-tera-ambiental/sustentabilidade-e-desenvolvimento-sustentavel-conheca-a-diferenca>>. Acesso em 01 de out. 2016.

Sustentabilidade: evolução dos conceitos teóricos e os problemas da mensuração (nº 16, 2004). Disponível em: <<http://docplayer.com.br/7669843-Sustentabilidade-evolucao-dos-conceitos-teoricos-e-os-problemas-da-mensuracao-pratica.html>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

SUSTENTABILIDADE: EVOLUÇÃO DOS CONCEITOS TEÓRICOS E OS PROBLEMAS DA MENSURAÇÃO PRÁTICA - Irina Mikhailova. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/eed/article/viewFile/3442/1970>>. Acesso em 03 de out. 2016.

TEMPLUM CONSULTORIA ILIMITADA. **Benefícios da Certificação ISO.** Disponível em: <<http://certificacaoiso.com.br/beneficios-da-certificacao-iso/>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

TEMPLUM CONSULTORIA ILIMITADA. **O que é ISO 14001.** Disponível em: <<http://certificacaoiso.com.br/iso-14001/>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

Triple Bottom Line: O tripé da sustentabilidade. Por Fernando Credidio (2008). Disponível em: <http://www.institutofilantropia.org.br/component/k2/item/1607-triple_bottom_line_o_tripe_da_sustentabilidade>. Acesso em: 05 de set. 2016.

WWF BRASIL. **Da teoria à prática.** Disponível em: <http://www.wwf.org.br/participe/empresas_meio_ambiente/porque_participar/sustentabilidade/>. Acesso em: 13 nov. 2016.



APÊNDICE 1 - Questionário integrante da pesquisa

Este questionário é parte integrante de uma pesquisa de Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Antonio Meneghetti Faculdade.

Pedimos a gentileza de sua colaboração para que responda o mesmo.

Ramo de atuação da empresa:
Porte da empresa:
Tempo de atuação:
Sexo do respondente:
Nível de escolaridade:

1. Quais são os seus conhecimentos sobre o tema “Sustentabilidade”?

(1) Nenhum (2) (3) (4) (5) Muitos

2. Sustentabilidade está ligada às questões: (pode ser marcada mais de uma resposta)

a) Ambientais, ou seja, questões relacionadas ao uso consciente dos recursos do meio ambiente.

b) Sociais, ou seja, questões relacionadas a melhoria da qualidade de vida dos funcionários da sua empresa e da comunidade.

c) Econômicas, ou seja, questões relacionadas a sustentabilidade dos negócios da empresas visando o lucro e a saúde financeira.

d) Não sabe.

3. Em sua opinião a sustentabilidade pode representar para sua empresa:

a) Oportunidade de ganhos b) Nem ganhos, nem despesas c) Custos e despesas.

4. Dê uma nota de 1 a 10, para o quanto você considera que as empresas deveriam dar importância à questão do meio ambiente. (Sendo que a nota 1 significa “sem importância” e a nota 10 “muita importância”) _____

5. Em sua opinião, a sua empresa passa uma boa imagem em termos de desenvolvimento sustentável para os clientes?

- a) Sim b) Não c) Não sabe avaliar

6. A sua empresa inclui algum critério de sustentabilidade ambiental na avaliação de fornecedores?

- a) Sim, totalmente b) Sim, em grande parte c) Sim, em parte d) Não

7. Sua empresa atua na conscientização de aspectos de sustentabilidade ambiental? (pode ser marcada mais de uma resposta)

- a) Controle do consumo de energia
b) Controle do consumo de água
c) Controle de consumo de papel
d) Coleta seletiva de lixo
e) Uso de matéria-prima ou material reciclável no processo produtivo
Captação de água da chuva e/ou reutilização água
f) Não faz

8. Sua empresa realiza: (pode ser marcada mais de uma resposta)

- a) Destinação adequada de resíduos tóxicos tais como solventes, produtos de limpeza e cartucho de tinta
b) Atendimento à legislação ambiental de seu segmento empresarial
c) Tem licenciamento ambiental
d) Reciclagem de pilhas, baterias e pneus
e) Utilização de incentivos para adequação de sua conta energética
f) Não faz

9. Indique quais dessas ações sua empresa realizou ou está realizando: (pode ser marcada mais de uma resposta)

- a) Estimula a alfabetização dos funcionários
- b) Subsidiar cursos para os funcionários
- c) Colabora com a realização de estágios
- d) Concede incentivo aos funcionários matriculados em cursos de todos os níveis
- e) Nenhuma ação

10. Além de cumprir as obrigações determinadas por lei, a empresa se preocupa em: (pode ser marcada mais de uma resposta)

- a) Estar aberta a críticas e sugestões
- b) Oferecer a seus funcionários um ambiente físico agradável e seguro
- c) Incentivar os cuidados com higiene e saúde
- d) Nenhuma das opções

11. A empresa se preocupa em estar sempre em contato com a comunidade, procurando minimizar os impactos negativos que suas atividades possam causar? Dê uma nota de 1 a 10, sendo que 1 significa “não se preocupa” e 10 “se preocupa sempre”. _____

12. No relacionamento com seus fornecedores:

- a) Busca fornecedores que sejam parceiros, tenham princípios similares aos seus e contribuam para o seu negócio.
- b) Tem uma relação amigável
- c) Constantemente tem conflitos e sempre se sente prejudicado

13. No relacionamento com seus clientes:

- a) Os considera ao tomar suas decisões
- b) procura dar um bom tratamento a eles
- c) São importantes, mas é impossível agradá-los

14. A empresa tem métodos (por exemplo, questionários, caixa de sugestões, etc.) para avaliar a satisfação dos seus clientes?

- a) Sim. Qual (is)? _____
- b) Não

15. Sua empresa divulga seus programas sociais ou ambientais visando diferenciar sua marca e aumentar suas vendas? a) Sim, sempre b) Sim, às vezes
c) Não.

Meios de divulgação: _____

16. Quais são as principais barreiras que dificultam sua empresa a adotar ações de sustentabilidade em seu dia a dia? (pode ser marcada mais de uma resposta)

- a) Não possuo informações suficientes sobre Sustentabilidade
- b) Não encontro parceiros para cooperação
- c) É muito caro
- d) Não tenho pessoal qualificado para isso
- e) Não consigo crédito para isso
- f) Não considero relevante
- g) É muito arriscado
- h) Outros
- i) Não sei avaliar

17. Que tipo de ações voltadas para a sustentabilidade você teria interesse em fazer em sua empresa?

ANEXO 1 – 9 Atitudes sustentáveis que tornam o mundo melhor



Fonte: Semana do Meio Ambiente: 9 atitudes sustentáveis que tornam o mundo melhor (2016)

ANEXO 2 – O que você faz pelo planeta?



Fonte: EcoPenafirme (2013)



ANEXO 3 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Pelo presente Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, declaro que fui informado (a), a respeito do objetivo geral da pesquisa intitulada “**ESTUDO SOBRE A GESTÃO AMBIENTAL EM EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE**”, que é o de “identificar as estratégias de sustentabilidade ambiental utilizadas pelas empresas em estudo”. Fui igualmente informado (a) que minha participação nesta pesquisa será realizada por meio de respostas a um questionário. Estou também ciente:

- De que existem duas pesquisadoras responsáveis por esta investigação: Graziela Bevilacqua Bortoluzzi, aluna da AMF, e Danielle de Souza Saad, docente da AMF;
- De que será garantido o direito de sigilo de meu nome e/ou de meu(s) dependente(s) e colaboradores, sendo que em nenhum momento, nem em materiais publicados ou na apresentação oral desta pesquisa, tais identidades serão reveladas, se assim eu desejar;
- De que não existe nenhum risco potencial para mim e/ou dependente(s) e colaboradores;
- A pesquisa não apresenta riscos físicos, morais ou qualquer tipo de constrangimento;
- De que se eu tiver alguma dúvida em relação ao estudo, como questões de procedimentos, riscos, benefícios ou qualquer pergunta, eu tenho direito de obter respostas;
- De que não há obrigatoriedade de participar desta investigação e mesmo depois de iniciada posso desistir sem ser penalizado (a) de forma alguma. E que caso desista o material coletado até o momento a meu respeito ou colaboradores não será utilizado;
- De que os benefícios recebidos serão em termos de produção de conhecimentos acerca de como as empresas estão alinhadas estrategicamente a sustentabilidade ambiental. (conforme objetivo geral da pesquisa);
- De meu direito de acesso às informações coletadas e aos resultados obtidos;
- De minha responsabilidade em não falsear as informações e de meu compromisso com o sigilo das informações coletadas nesta investigação;
- Sendo minha participação totalmente voluntária, estou ciente de que durante ou após esta investigação, não terei direito a nenhum tipo de remuneração ou outros benefícios, bem como não terei nenhum tipo de despesas ou prejuízos de qualquer outra ordem.

Considerando-me livre e esclarecido (a), consinto em participar da pesquisa proposta, resguardando ao/aos autor (a/res) do projeto, propriedade intelectual das

informações geradas e expressando concordância com a divulgação pública dos resultados.

O presente documento está em conformidade com a Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde. Será assinado em duas vias, de igual teor, ficando uma em poder do participante da pesquisa e outra em poder do(s) pesquisador (es).

Local e data: _____

Nome do participante: _____

Assinatura do participante: _____

Nome do(s) pesquisador(es) responsável(eis): Graziela B. Bortoluzzi, Danielle de S. Saad.

Assinatura do(s) pesquisador (es) responsável(eis): _____

Telefone do(s) pesquisador (es) responsável(eis): (55) 997251740