



RELISE

A SUSTENTABILIDADE SOB UMA PERSPECTIVA POSITIVA PARA AS ORGANIZAÇÕES: UM FATOR COMPETITIVO¹

SUSTAINABILITY FROM A POSITIVE PERSPECTIVE FOR ORGANIZATIONS: A COMPETITIVE FACTOR

Davi da Silva da Costa²

Gilson Martins Mendonça³

RESUMO

É prejudicial em pleno século XXI pensar que as organizações devem se preocupar apenas com o que acontece internamente e com seus próprios produtos ou serviços, ou que elas não são mais responsáveis depois que o produto é entregue ao cliente. As organizações precisam ter sua missão, visão e valores muito claros, e transmitir essas diretrizes aos colaboradores, fornecedores e clientes. No que tange à educação social e ambiental no meio empresarial, essa nova ideologia precisa estar enraizada nas metas organizacionais, se fundindo com a essência da empresa. A gestão de pessoas do mundo atual precisa elaborar estratégias que sirvam como promoção da conscientização de preservação do meio ambiente, respeito às diferentes culturas, auxílio às causas sociais, entre outros. Muito se fala em sustentabilidade, mas muitos nem mesmo compreendem como ser sustentáveis na prática. Sendo assim, diante da relevância do tema, o presente trabalho busca compreender de que forma a sustentabilidade se torna uma vantagem para as organizações, através de pesquisa bibliográfica com caráter exploratório e investigativo e abordagem qualitativa. Como resultado, identificou-se que a sustentabilidade visa a promoção da reestruturação dos recursos naturais, que há muito vêm sendo destruídos pelo ser humano e que quando uma organização pratica uma ação sustentável, ela deve estar mais preocupada em garantir boas condições para a sociedade no futuro, e não somente em fazer boa publicidade para si. Concluiu-se que não existe a fórmula correta a ser seguida, não é matemática, e cada organização precisa ter conhecimento do seu setor e como agir de forma sustentável dentro de suas necessidades específicas.

¹ Recebido em 27/01/2022. Aprovado em 17/02/2022.

² Universidade Estadual do Maranhão. davi.silvaslz@hotmail.com

³ Universidade Estadual do Maranhão. gilson.mendonca@uema.br



RELISE

41

Palavras-chave: preservação, meio ambiente, sustentabilidade, vantagem, organização.

ABSTRACT

It is harmful in the XXI century to think that organizations should only be concerned with what happens internally and with their own products or services, or that they are no longer responsible after the product is delivered to the customer. Organizations need to have their mission, vision and values very clear, and transmit these guidelines to employees, suppliers and customers. With regard to social and environmental education in the business environment, this new ideology needs to be rooted in organizational goals, merging with the essence of the company. The management of people in the world today needs to develop strategies that serve to promote awareness of the preservation of the environment, respect for different cultures, support for social causes, among others. Much is said about sustainability, but many do not even understand how to be sustainable in practice. Thus, given the relevance of the theme, this work seeks to understand how sustainability becomes an advantage for organizations, through bibliographic research with an exploratory and investigative character and a qualitative approach. As a result, it was identified that sustainability aims to promote the restructuring of natural resources, which have long been destroyed by humans and that when an organization practices a sustainable action, it should be more concerned with ensuring good conditions for society in the future, and not just in good publicity for itself. It was concluded that there is no correct formula to be followed, it is not mathematical, and each organization needs to have knowledge of its sector and how to act sustainably within its specific needs.

Keywords: preservation, environment, sustainability, advantage, organization.

INTRODUÇÃO

A crescente discussão das questões ambientais sobre o uso demasiado e de maneira inconsciente dos recursos naturais tem se pluralizado em várias esferas da sociedade, partindo de obras acadêmicas e, atingindo o meio econômico e social, o que tem pressionado as organizações a elaborarem medidas e processos operacionais que venham contribuir para diminuição dos impactos ao meio ambiente. O desenvolvimento sustentável em relação à



RELISE

preservação do meio ambiente e a elaboração de indicadores de ecoeficiência apresenta-se como uma ferramenta eficaz para potencializar decisões gerenciais em relação à proteção do meio ambiente (SILVA, 2016).

Neste sentido, a incorporação da temática voltada para o meio ambiente em diversos segmentos organizacionais é uma crescente realidade, e o termo sustentabilidade passou a mostrar-se mais presente, sendo definido como um conjunto de ações que deve satisfazer às necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras (LOZANO, 2012). Partindo deste princípio, evidencia-se a necessidade das organizações investirem e proporcionarem estratégias em prol das questões ambientais no âmbito interno e externo.

A sustentabilidade é composta pelas dimensões econômica, ambiental e social que se relacionam. A dimensão econômica inclui as atividades formais e informais, desenvolvidas por indivíduos e grupos gerando renda monetária e o padrão de vida dos indivíduos. Já a dimensão ambiental estimula as empresas a considerarem o impacto causado por suas atividades, e contribui para a integração da administração ambiental na rotina de trabalho. Por fim, a dimensão social, que se relaciona com as habilidades, dedicação e experiências dos indivíduos no ambiente interno e externo (ALMEIDA, 2002).

Diante do exposto, a temática voltada para as questões ambientais e sustentáveis desempenha papel de grande importância para todas as nações. Em 2015, a Cúpula das Nações Unidas finalizou negociações para o desenvolvimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que inclui 17 objetivos e 169 metas, envolvendo contextos diversos como erradicação da pobreza, segurança alimentar e agricultura, saúde, educação, igualdade de gênero, água e saneamento, energia, crescimento econômico sustentável, infraestrutura, redução das desigualdades, cidades sustentáveis, padrões sustentáveis de consumo e de produção, mudança do clima, proteção



RELISE

43

e uso sustentável dos oceanos e dos ecossistemas terrestres, sociedades pacíficas, justas e inclusivas e meios de implementação (NOBRE, 2019).

A partir de tamanha relevância, a sustentabilidade gera benefícios para empresas, por se tratar de uma questão de atitude, estratégia e inovação, proporcionando maiores chances benéficas e rentáveis. Portanto, adotar medidas em prol da sustentabilidade, mostra o grau de comprometimento das organizações com as questões ambientais, e sua responsabilidade social baseada em questões éticas com todos os públicos com os quais ela se relaciona, gerando vantagem competitiva ao potencializar e credibilizar sua imagem no mercado.

Nesse contexto, alguns indicadores podem avaliar a eficiência dos recursos produtivos sob o contexto da sustentabilidade nas dimensões ambiental, social e econômica, sendo então denominados indicadores de sustentabilidade. A utilização desses indicadores tem sido cada vez mais frequente em empresas de setores específicos no Brasil e leva em consideração a exploração de recursos naturais e dos impactos de suas operações no ambiente e na sociedade, avaliando assim, a sua eficiência (GAVIÃO et al., 2016).

Sendo assim, justifica-se a escolha do tema, uma vez que, de acordo com a literatura, para uma atividade empresarial se tornar mais eficiente e ambientalmente responsável, é necessária a criação de estratégias e soluções ambientais no processo produtivo, por isso, cada vez mais, organizações de diversos segmentos se atentam à responsabilidade ambiental e desenvolvem políticas de conscientização e projetos para adoção de uma gestão ambiental mais adequada nas empresas (KNOD, 2010).

Considerando-se a relevância do tema abordado por este trabalho, o presente artigo tem como problema de pesquisa: de que forma a sustentabilidade pode ser lucrativa para as organizações? Tal questionamento



RELISE

44

há de requerer tanto uma revisão bibliográfica quanto a utilização de mecanismos de observação ou coleta de informações capazes de permitirem que a temática investigada atinja o objetivo geral da pesquisa que é: analisar as vantagens da utilização de princípios e ações de sustentabilidade nas organizações. Como objetivos específicos: conhecer conceitos sobre sustentabilidade e possíveis contribuições para as organizações; levantar a aplicação de práticas sustentáveis nas organizações a partir de uma Gestão Ambiental; identificar a influência de práticas sustentáveis na relação com o consumidor e no âmbito mercadológico.

Inicialmente, portanto, o estudo irá tratar sobre o contexto conceitual sobre a sustentabilidade e suas abordagens contributivas envolvendo questões sociais e organizacionais. Logo após será abordado sobre o fortalecimento das organizações no mercado com sua participação no equilíbrio ambiental e desenvolvimento de ações sustentáveis, elevando o patamar da empresa e se tornando um fator competitivo. O tópico seguinte trata sobre a vinculação das práticas sustentáveis nas organizações e sua relação com os consumidores, apresentando pontos válidos sobre o que o consumidor leva em consideração para se tornar fiel e boa impressão da empresa.

REVISÃO TEÓRICA

Aspectos conceituais sobre a sustentabilidade e suas contribuições

O vocábulo sustentabilidade vem do latim “*sustentare*” que significa sustentar, suportar, conservar em bom estado, manter, resistir. Ou seja, algo pode ser dito sustentável quando pode ser suportado, mantido, algo que resiste. No entendimento de Lange et al. (2012), a sustentabilidade pode ser definida como uma abordagem de negócio que considera aspectos econômicos, sociais



RELISE

e ambientais que geram benefícios para as gerações futuras, bem como para as partes interessadas na organização, em um maior espaço de tempo.

A sustentabilidade é um conceito normativo sobre como os seres humanos devem agir em relação à natureza, ao meio ambiente e seus recursos, e como estes são responsáveis uns pelos outros e pelas futuras gerações. Neste contexto, observa-se que a sustentabilidade é favorável ao crescimento econômico baseando-se na justiça social e no uso eficiente dos recursos naturais (LOZANO, 2012). Até o início da década de 70 essa palavra não era muito empregada e se relacionava principalmente com a área de recursos florestais (LEAL FILHO, 2000). Já Hueting e Rejinders (2004) relacionaram o termo à disponibilidade de funções vitais do ambiente natural.

De toda forma, percebe-se que o conceito principal de sustentabilidade se relaciona originalmente com abordagens de conservação de recursos florestais e de perspectiva em longo prazo, tendo sua gênese relacionada às funções vitais dos fatores bióticos e abióticos que compõem o meio ambiente (HUETING; REJINDERS, 2004). Em um segundo momento este conceito evoluiu e hoje se entende que a sustentabilidade está relacionada sim ao meio ambiente, mas também se preocupa pelas questões sociais, explicam Figueiredo et al. (2009).

A sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável passaram a ser disseminados na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, a Rio 92. Na Agenda 21, que definiu propostas de ações regionais voltadas ao desenvolvimento sustentável (LOZANO, 2012). O capítulo 40 apresenta determinações de principais medidas de sustentabilidade ambiental que deveriam ser cumpridas por cada país, visando a mitigação dos níveis de poluição e agressão ao meio ambiente (FARIAS; SOUZA; ANDRADE, 2012).

Campos et. al. (2013) informam que desde que o termo sustentabilidade surgiu no mundo dos negócios, um crescente número de empresas perceberam



RELISE

a importância da sustentabilidade para alavancar seus negócios. Segundo Krama (2008), agir de forma sustentável em uma organização é assegurar o negócio da empresa em longo prazo, sendo essa uma das principais contribuições para a organização, além de ao mesmo tempo contribuir para o desenvolvimento econômico e social da comunidade, um meio ambiente saudável e uma sociedade estável.

Portanto, geralmente é definido como a forma de satisfazer as necessidades da presente geração, sem comprometer a capacidade das futuras gerações em suprir suas necessidades. Conforme Almeida (2002), para ser sustentável e competitiva uma organização deve basear todas as suas ações e decisões na eco-eficiência, produzindo mais e melhor com menos poluição e uso de recursos naturais, além de ser socialmente responsável. No entendimento do autor, não cumprir com tais parâmetros mais cedo ou mais tarde acabará custando a existência do negócio.

Para Guilherme (2007), a sustentabilidade é composta por três pilares, que juntos, configuram no que é ideal para o bem estar de todo o ecossistema. Ao contrário do que se pensa, sustentabilidade não é exclusivamente sobre meio ambiente, mas abrange fatores econômicos, sociais e ambientais, sendo necessário haver equilíbrio entre os três fatores de modo a alcançar a mais plena forma de sustentabilidade, conforme o Quadro 1.

Quadro 1 – Pilares da sustentabilidade e seus fatores.

ECONÔMICOS	SOCIAIS	AMBIENTAIS
Transparência contábil;	Políticas públicas;	Energia;
Governança corporativa;	Investimento comunitário;	Água;
Performance econômica;	Condições de trabalho;	Gases do efeito estufa;
Objetivos financeiros.	Saúde/nutrição;	Emissões;
	Diversidade;	Redução de lixo;
	Direitos humanos;	Reciclagem;
	Investimento social;	Reprocessamento;
	Anticorrupção e suborno;	Limpeza verde;
	Segurança.	Agricultura/ orgânicos;
		Biodiversidade.

Fonte: Guilherme (2007).



RELISE

Por mais vezes se pode notar hoje em dia como as organizações têm se preocupado com questões sociais e ambientais. Os empresários e gestores de equipes têm se dado conta também de que as ações de seus colaboradores, não raro, refletem a política vigente dentro da organização. Seguindo esse raciocínio, se as diretrizes da empresa não levarem a uma conduta positiva, esse comportamento negativo acabará se refletindo na sociedade, o que prejudicará a todos (DAVEL; VERGARA, 2009).

Ao contrário do que se pensa, as organizações não devem se preocupar apenas com o que acontece dentro delas, na esfera profissional, mas ter a consciência de que as esferas social e pessoal causam também forte impacto. Nesse sentido, acredita-se que implantar políticas de educação ambiental, bem como realizar ações de cunho social devem ser inseridas no dia-a-dia das organizações, afirma Dutra (2012).

Nesse contexto, percebe-se o quanto a sustentabilidade e as práticas sustentáveis trazem diversas contribuições para as organizações, mas não somente para as organizações, e sim para toda a sociedade, pois quando uma empresa se preocupa pelo futuro e age com responsabilidade, ela faz um bem para toda a comunidade, conforme Lima (2010), que destaca as contribuições para o empresarial como: crescimento consciente; melhora na relação com o consumidor; abordagem socioecológica; vantagem competitiva; redução de custos; incentivo à inovação e colaboração para redução de impactos e mudanças climáticas.

A sustentabilidade e a gestão ambiental como fator competitivo

O mundo corporativo tem um papel fundamental na sociedade, seja para garantir a preservação do meio ambiente, seja na definição da qualidade de vida de seus colaboradores e comunidade. Concomitantemente, a sustentabilidade



RELISE

48

no âmbito organizacional é também cuidar de pessoas, não só respeitando a legislação, mas promovendo práticas empresariais e processos produtivos ecológicos, viabilizando uma melhor qualidade de vida para todos, conforme Pinto (2011).

Segundo Oliveira et al (2012, p. 44), as organizações que se preocupam com impacto social de suas ações, e priorizam investimentos que contribuam para o desenvolvimento humano, atraem a atenção do consumidor que se tornam fieis aos seus produtos ou serviços, revertendo essas ações e parcerias em lucros para a organização. Diante do exposto, percebe-se a relevância de estratégias voltadas para o controle, prevenção e recuperação ambiental.

No que diz respeito às organizações, em um cenário globalizado e competitivo, a sustentabilidade sendo considerada como um elemento de inovação e oportunidade, e explorada de forma favorável, se torna um fator determinante para sua sobrevivência e crescimento. Sendo assim, além de contribuir com o equilíbrio ambiental e a qualidade de vida da população, as organizações obtêm um considerável diferencial competitivo fortalecendo sua ação no mercado (SILVA, 2016).

A sustentabilidade e as questões ambientais estão sendo abordadas constantemente em diversas áreas de pesquisas e segmentos organizacionais. A preocupação com a qualidade de vida da sociedade e com a degradação dos recursos naturais, a extinção das espécies da fauna e da flora, e o aquecimento global devido à emissão de gases poluentes colocaram a temática no topo de diferentes debates mundiais, proporcionando sua incorporação nas organizações, governos e comunidades (CAMPENER et al, 2009)

Neste sentido, as práticas sustentáveis vão além de uma questão filantrópica limitada apenas para ecologistas e ambientalistas, mas também, um fator determinante nas organizações que proporcionam ganho financeiro. (TACHIZAWA, 2006). Para a análise da sustentabilidade em uma gestão



RELISE

eficiente, as questões ambientais se tornaram um determinante estratégico e de extrema importância no que diz respeito a algumas atividades, como: “formulação de estratégias de administração para o meio ambiente, implantação de programas para a redução da emissão de poluentes, criação de sistemas de correção de danos causados ao meio ambiente e principalmente assegurar a conformidade com a lei” (KNOD, 2010, p. 25).

No contexto da sustentabilidade empresarial, diversos autores colaboram para que atitudes ambientalmente responsáveis melhorem a imagem de organizações. Por isso, uma estrutura eficiente de gestão ambiental pode ser interpretada como parte fundamental nas organizações, com atividades de planejamento, procedimentos, responsabilidades e recursos sustentáveis, que tem como intuito reduzir ou eliminar os impactos negativos provocados no meio ambiente através de seus processos produtivos (SILVA, 2016).

Segundo Dal Forno (2017, p. 25), a gestão ambiental está diretamente associada à sustentabilidade, sendo uma postura organizacional, ou seja, “requer atitudes e decisões em todos os níveis de administração de uma organização, que adota um conjunto de políticas e ações de caráter social, técnico e produtivo com o intento de alcançar um melhor desempenho ambiental”.

Neste contexto, a conformidade do sistema de gestão ambiental inclui a norma ABNT NBR 14001 (1996), que garante a redução e o controle dos aspectos ambientais poluidores gerados por organizações, pois envolve a revisão de um processo produtivo visando à melhoria contínua do desempenho ambiental, controlando insumos e matéria-prima que representam desperdícios de recursos naturais (OLIVEIRA, 2012).

Obter o certificado do Sistema de Gestão Ambiental comprova junto à sociedade e ao mercado, que a organização adota um conjunto de práticas destinadas a minimizar impactos que deixam em risco a preservação da



RELISE

50

biodiversidade. Sendo assim, além de contribuir com o equilíbrio ambiental e a qualidade de vida da população, as organizações obtêm um considerável diferencial competitivo fortalecendo sua ação no mercado (MACHADO, 2013).

Conforme a posição de Santos et al (2001), “o enfoque da proteção ambiental, desloca, então a dimensão ambiental do âmbito da função de produção para se tornar parte da função da administração”. Sendo assim, a sustentabilidade é de grande importância para as organizações, uma vez que seus processos de preservação e conservação do meio ambiente visam a sobrevivência e boa imagem das empresas no mercado corporativo, o que garante significativa vantagem competitiva.

A sustentabilidade associada a uma gestão ambiental e trabalhada de forma favorável permite que a empresa se intitule socialmente e ambientalmente responsável, agregando valor no mercado e potencializando sua marca para os clientes, logo, conquistando resultados positivos. A responsabilidade social no mundo globalizado é uma questão de visão, inovação, estratégia e, muitas vezes, de sobrevivência (DAL FORNO, 2017).

Acrescenta-se ainda que as práticas sustentáveis de uma organização dependem das pessoas que fazem parte dela, e para o desenvolvimento da sustentabilidade junto à gestão de pessoas, é preciso fazer investimentos e se comprometer, pois podem ser necessárias adequações e mudanças conforme as leis ambientais. Contudo, para que as ações de responsabilidade ambiental sejam efetivas de fato, demanda que a gestão de pessoas atraia, mantenha, motive e desenvolva os colaboradores, garantindo assim o sucesso da organização e a melhor realização das ações (FREIRE, 2004).

Conforme Chiavenato (2014), o capital humano é a real fonte de produtividade das organizações, e o potencial dessa fonte de produção é determinado pela forma como as pessoas são tratadas e como são orientadas no dia a dia. Assim, a gestão ambiental e as políticas de sustentabilidade devem



RELISE

51

estar integradas com a gestão de pessoas. Na visão de Laville (2009), educação ambiental se faz necessária dentro das organizações, no que diz respeito a preparar o trabalhador para uma conduta ambiental responsável, favorecendo, assim, a prática ética empresarial junto ao meio ambiente e a aplicação dessa educação fora do seu ambiente de trabalho. Recomenda-se aos gestores que orientem seus colaboradores quanto ao ambiente, já que este é indispensável para a existência de todos (PINTO, 2011).

Nesse sentido, vale também a conscientização dos gestores sobre não focar apenas nas questões financeiras, já que outros aspectos são de grande importância para a sobrevivência da empresa, e a consciência e a responsabilidade de todos acaba proporcionando a redução de impactos e promovendo a sustentabilidade ambiental, explica Pinheiro (2006). Araújo (2006) colabora com a ideia de que a gestão de pessoas deve estar em constante harmonia com a gestão ambiental, para que os resultados da organização empresarial sejam alcançados.

Barbieri (2010) afirma que práticas de educação ambiental por meio das organizações devem ser adotadas, e que os funcionários sejam instruídos quanto a questões ambientais, tais como: os riscos que o meio ambiente sofre com a má conduta de responsabilidade ambiental provocada pelas pessoas ou pela organização empresarial em que elas são colaboradoras, e, os riscos que a humanidade sofre em caso de colapso ambiental em virtude de suas ações devastadoras ao meio ambiente.

Silveira (2013) sugere que sejam desenvolvidos programas dentro das organizações junto à gestão de pessoas, de modo que a atividade ambiental possa ser concretizada e assim uma nova postura das pessoas que compõem as organizações vá se moldando e os recursos naturais passem a ser utilizados com inteligência, pensando na conservação do meio ambiente. Oliveira et al.



RELISE

(2012) comentam que o desenvolvimento sustentável trata essencialmente das relações entre pessoas e delas com o meio ambiente.

Se uma empresa pretende implantar uma gestão ambiental em sua estrutura organizacional, deve ter em mente que o seu pessoal pode transformar-se na maior ameaça ou no maior potencial para que os resultados esperados sejam alcançados. (DONAIRE, 1999, p. 102).

Assim, o ideal é que as empresas e seus gestores deixem de lado o discurso teórico de filantropia e assistencialismo, e busquem práticas reais para mudar a sociedade e o próprio ambiente de trabalho. Como afirma Dias (2010, p. 32), “a responsabilidade social trata-se de um modo de realmente contribuir com o todo e agregar valor para a imagem da empresa, se destacando frente à concorrência”. Devido ao fato de que as organizações têm um poder financeiro maior do que pessoas físicas, elas podem e devem ajudar a melhorar a sociedade da qual elas fazem parte.

Práticas sustentáveis aos olhos do consumidor e do mercado

Com as diversas mudanças impostas pela globalização, o cenário econômico passa por transformações significativas, em que novas maneiras de lidar com o meio ambiente precisaram ser desenvolvidas, de modo a garantir a sustentabilidade ambiental. Empresas precisam ser responsáveis em suas ações, a fim de não esgotar recursos que pertencem a toda a sociedade (BERWANGER, 2015).

Em uma era em que se consome muito, o ciclo de vida dos produtos é cada vez menor e o consumidor está sempre buscando novidades, surge a dúvida sobre o que fazer com o item que acabou de ser substituído. Sendo assim, no contexto de sustentabilidade é preciso que a organização se preocupe com os produtos que fabrica após o descarte pelo consumidor. Seguindo esse raciocínio, Mueller (2005) aponta a logística reversa como uma prática sustentável muito bem vista pela sociedade.



RELISE

Leite (2002, p. 48) define a logística reversa como “a área da logística empresarial que planeja, opera, controla o fluxo do retorno dos bens de pós-venda e pós-consumo ao ciclo produtivo”. Este retorno é realizado através de canais de distribuição reversos, e agrega valor econômico, ecológico e logístico ao produto, convertendo-se também em um diferencial aos olhos do cliente.

Lacerda (2002) aponta que a logística reversa contribui com três aspectos principais nas empresas: questões ambientais, diferenciação da concorrência que não tem essa preocupação e redução de custo. A tendência para os próximos anos é que as legislações ambientais tornem as empresas cada vez mais responsáveis pelos seus produtos mesmo depois de consumidos, então acaba sendo uma estratégia competitiva quem se preocupa com isso desde já (OLIVEIRA, 2011).

Em relação a isso, Vaz (2012) afirma que existem clientes que optam por empresas sustentáveis, fidelizando-se a elas em detrimento daquelas que não adotam práticas de cuidado com o meio ambiente. No que tange à redução de custos, o retorno de produtos possibilita reaproveitamento de matéria prima e reciclagem de embalagens. Ao retornar para o fornecedor, os produtos podem ser revendidos, recondicionados, ou em último caso, descartados de maneira correta (NHAN ET AL. 2003).

Fica claro, portanto, que a preocupação com o meio ambiente, com os recursos naturais do planeta e a responsabilidade pelo produto produzido e o lixo gerado se convertem em importantes diferenciais competitivos para o negócio, na medida em que o consumidor identifica que a empresa se preocupa e toma medidas para não prejudicar ao meio ambiente, enquanto outras não se importam em fazê-lo, visando apenas o lucro. Além disso, outro ponto positivo é fazer com que o concorrente não queira ficar para trás, com medo de perder seu espaço, fazendo o mercado se direcionar para um viés mais responsável e sustentável, afirmam Hernández et al. (2012).



RELISE

54

No entendimento de Kamiyama (2011), o sucesso de uma empresa não pode ser medido mais somente pelo lucro ou analisando métricas operacionais. O crescimento sustentável acontece criando valor e protegendo a sociedade e o meio ambiente ao mesmo tempo. Contudo, conforme mencionado, a sustentabilidade não tem a ver com questões ambientais apenas, mas ela abrange também fatores econômicos e sociais. Assim, uma empresa que apoia projetos sociais e ajuda no desenvolvimento de sua comunidade acaba fazendo o bem para todos os envolvidos.

É claro que aos olhos do consumidor uma empresa que apoia ou tem os próprios projetos sociais é motivo de admiração acaba por conquistar a preferência, afirma Portilho (2005). Hoje em dia as empresas ocupam um espaço que vai além de gerar riquezas e empregos, mais do que nunca os consumidores esperam que as organizações utilizem sua influência política e social para transformar realidades, isso é gerar valor de verdade (ARIDE, 2006).

Froehlich e Bitencourt (2016) explicam que o perfil de consumo da geração Z (pessoas nascidas na metade dos anos 90 até o início de 2010) demonstra que o consumidor está cada vez mais exigente, realizando atividades voltadas para a sustentabilidade no seu dia a dia, e assim, esperam comprar de fornecedores que também demonstram sua preocupação pelo futuro. Aí entra a questão do compromisso das empresas com a sociedade.

Andino (2011) afirma que o consumidor prefere comprar de uma empresa que seja socialmente responsável e que baseie suas ações em uma gestão ética e transparente, envolvendo questões como a qualidade de vida e o bem-estar dos seus colaboradores, o relacionamento com *stakeholders* e a redução de impactos negativos na comunidade e no ambiente. O autor reforça que quando uma organização tem a sustentabilidade incorporada em seu DNA ela ganha uma importância fundamental para as empresas e a sociedade, e essa diferenciação faz com que ela seja notada pelo consumidor e pelo mercado.



RELISE

55

Portanto, ser sustentável e ter responsabilidade social leva a melhores resultados no longo prazo, garantindo a sustentabilidade do negócio no futuro, tornando a empresa mais sólida. Quando a organização consegue equilibrar os pilares do meio ambiente, economia e sociedade ela pode dizer que tem uma gestão sustentável, e sem dúvidas, naturalmente irá se destacar em seu mercado de atuação (WILLARD, 2014).

Em janeiro de 2020, a Corporate Knights, empresa de mídias e pesquisas do Canadá, especializada em desenvolvimento sustentável, divulgou uma lista com as 100 maiores empresas sustentáveis do mundo, dentre as quais três brasileiras foram elencadas: Banco do Brasil em 9º lugar, Cemig em 19º lugar e Natura em 30º. O ranking global considera aspectos econômicos, sociais e ambientais, e mais de sete mil empresas passaram por avaliação nessa edição de 2020 (CORPORATE KNIGHTS, 2020).

O Banco do Brasil se destaca por ser pioneiro como instituição bancária que é abastecida por meio de energia solar. Porteirinha, cidade de Minas Gerais, ganhou uma usina solar com capacidade de geração de 14GWh a fim de abastecer 100 agências do banco, gerando uma economia de 80 milhões em 12 anos e a redução de dióxido de carbono (CO₂) em mil toneladas por ano; a Cemig aparece nesse ranking pela terceira vez, destacando-se por contar com uma matriz energética 100% limpa, dispõe de usinas solares, eólicas e hidrelétricas, além de ter um compromisso com a sustentabilidade, sendo este um dos pilares da organização aponta o Portal Solar (2021).

A Natura, conhecida empresa de cosméticos, encontra-se no ranking devido a ações sustentáveis de recursos da Amazônia, tendo 80% dos seus produtos origem vegetal. Ainda, a empresa procura desenvolver e substituir algumas das substâncias utilizadas em seus produtos de modo a colaborar com a redução nos impactos ambientais, bem como reutilizar materiais para



RELISE

embalagens, a exemplo da linha “Ekos”, que foi distribuída em embalagens reaproveitadas de seis milhões de garrafas pet (PORTAL SOLAR, 2021).

METODOLOGIA DA PESQUISA

O presente estudo pode ser considerado de natureza aplicada, com abordagem qualitativa, com caráter exploratório e investigativo, e o procedimento utilizado para alcançar as informações necessárias foi a pesquisa bibliográfica. Por se tratar de uma pesquisa exploratória e investigativa de coleta bibliográfica, foram considerados estudos científicos sobre a sustentabilidade nas organizações. A amostra foi composta por periódicos diversos sobre a temática proposta.

No que diz respeito à pesquisa bibliográfica, seu levantamento foi feito por meio de uma bibliografia pública, com a utilização de livros, monografias, teses, artigos científicos, para melhor compreensão do assunto. Conforme De Paduá (2019), a pesquisa bibliográfica em uma obra escrita é importante por fundamentar a pesquisa, ou seja, evidenciar as fontes que foram consultadas e as quais formaram a base para desenvolver o trabalho, e por apresentar ao leitor uma relação de obras que ele poderá pesquisar posteriormente, de maneira a complementar sua leitura e aprofundar na temática em questão.

De acordo com Marconi e Lakatos (2003), a finalidade do estudo exploratório é de permitir avaliar com maior nível de detalhamento um assunto ou uma temática, de forma a torná-la esclarecedora e estabelecer as questões importantes para a direção da pesquisa. Quanto à abordagem qualitativa, a preocupação desse tipo de pesquisa é retratar a complexidade de uma situação particular, focalizando o problema em seu aspecto total. O pesquisador se utiliza de uma variedade de fontes para coleta de dados que são colhidos em diferentes momentos da pesquisa e em situações diversas (LUDKE; ANDRÉ, 1986). Acrescenta-se ainda que “a abordagem qualitativa responde a questões muito



RELISE

57

particulares com um nível de realidade que não pode ser simplesmente quantificado” (MINAYO, 1994, p. 37).

A coleta de informações foi realizada ao final de 2021, nas bases de dados Scientific Electronic Library Online (SciELO) e Google Acadêmico. A busca aconteceu através das palavras chaves: sustentabilidade; organizações; gestão ambiental. Os dados e informações foram analisados através das obras e materiais desenvolvidos por outros autores, denominada como coleta bibliográfica, feita por meio da análise e descrição sobre os conhecimentos teóricos-empíricos que nortearam o trabalho desenvolvido, que foram obtidos através de fontes em publicações periódicas nas bases de dados utilizada para fornecer tal material.

ANÁLISE DA PESQUISA

Com este trabalho foi possível identificar que toda e qualquer organização, independente de porte e segmento de atuação, precisa se preocupar com a sociedade, e com a forma que suas ações e as ações de seus colaboradores causam impacto na sociedade como um todo. No mundo atual, uma organização não pode esperar que prospere sem demonstrar preocupação com o meio ambiente e a adoção de práticas sustentáveis. Ao analisar o ranking mundial das empresas sustentáveis, é possível afirmar que todas elas crescem e prosperam a cada ano que passa.

Sabe-se que a gestão de pessoas tem evoluído muito com o passar dos anos, e atualmente o capital humano é mais valorizado do que era no passado, contudo, o desenvolvimento das pessoas precisa ocorrer também no que diz respeito a questões sociais e ambientais, afirmam Neto e Froes (2001). A exemplo da empresa Cemig, citada entre as 100 empresas globais mais sustentáveis, que possui um programa chamado de “Cemig Cidadã”, através do



RELISE

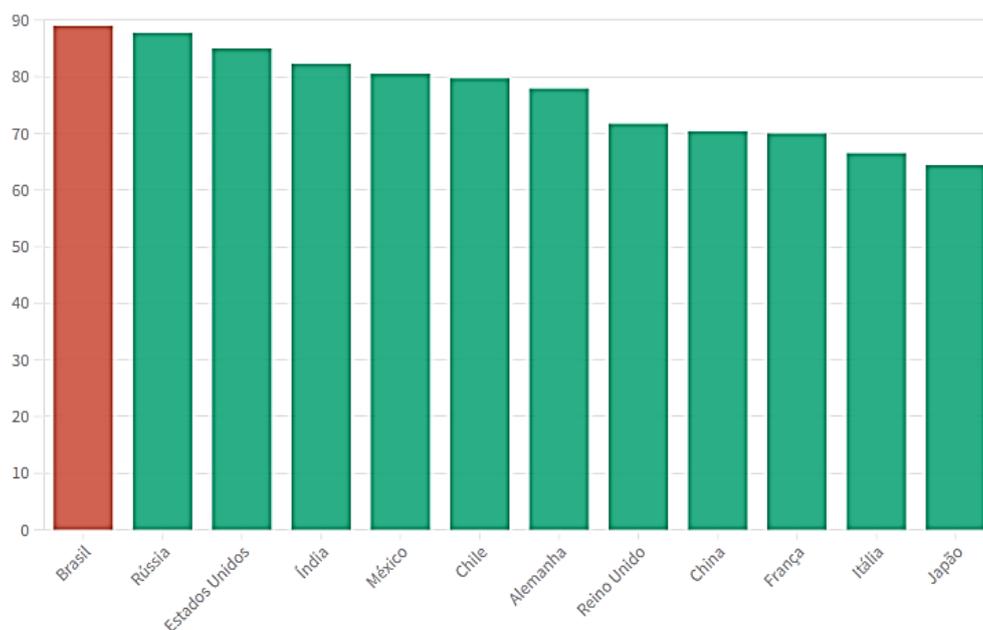
58

qual ela assume o compromisso de levar educação e eficiência energética a diversos setores sociais, como escolas, hospitais, comunidades e cidades.

De acordo com o Global Wealth Report de 2021, publicado pelo Instituto de Pesquisa Credit Suisse, o Brasil continua apresentando grandes níveis de desigualdade, tendo o indicador subido de 88,2 para 89, sendo que em 2020 quase metade da riqueza do país se concentra no 1% mais rico, um índice de 49,6%. Segundo o relatório, este é também o pior nível de concentração de renda desde os anos 2000. A CNN Brasil (2021), afirma que a desigualdade do país é a maior vista em duas décadas.

Tais índices demonstram que o governo não está atendendo a todas as necessidades de sua população, e uma enorme parcela carece de ajuda para ter acesso à saúde e à educação, por exemplo. E as organizações dispõem dos recursos necessários para transformarem-se em agentes de mudança no seu país e em outros locais do mundo.

Figura 1 - Nível de desigualdade em 2020, medido pelo coeficiente de Gini.



Fonte: CREDIT SUISSE (2021).



RELISE

59

A Wikihaus (2020) cita alguns exemplos de responsabilidade social praticado por grandes empresas: a marca de sapatos Toms Shoes doa um sapato a uma criança carente a cada sapato vendido (essa ação iniciou na Argentina, mas hoje já acontece em diversos outros países); a Natura também valoriza e impulsiona a responsabilidade social de suas consultoras, colocando diversas ideias em prática; A Stella Artois já doou cerca de 3 milhões de dólares com a venda de cálices inspirados nas artes do Brasil, Uganda e Camboja, levando água potável a mais de 800 mil pessoas.

Portanto, uma empresa que pratica este tipo de ação será sim muito bem vista aos olhos do consumidor, que sabe que ao comprar de determinada marca está colaborando para que crianças africanas tenham acesso à água potável ou ganhem um par de sapatos. Como foi mencionado, o consumidor de hoje está mais exigente, ele é mais preocupado e tem acesso à informação, valorizando mais uma empresa que não agride ao meio ambiente e tem ações para fazer um mundo melhor. Nota-se então que os esforços na área da sustentabilidade aumentam a percepção de valor daquela empresa no mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Toda organização visa o lucro, sem ele o negócio não prospera e não se mantém. Todavia, ele não pode e não deve ser alcançado a qualquer custo. O consumidor de hoje é bem mais exigente, e muito mais consciente também quanto às questões que envolvem a sustentabilidade. Os recursos do nosso planeta vêm sendo usados como se fossem ilimitados, e durante muito tempo não houve a devida preocupação com o tema. Agora, com uma consciência mais educada para as práticas sustentáveis, os consumidores buscam e valorizam comprar de empresas que não poluem, que praticam a logística reversa e que apoiam a sociedade.



RELISE

60

Pode-se responder ao problema de pesquisa deste trabalho que a sustentabilidade é sim lucrativa para as organizações, pois cumprindo com as práticas sustentáveis ela oferece benefícios que retornam para ela, fazendo parte de uma comunidade mais desenvolvida, por exemplo, onde os clientes têm melhores condições financeiras. Além disso, a sustentabilidade é altamente lucrativa quando se torna fator decisivo para o cliente, que prefere comprar de uma empresa que apoia projetos sociais locais ou ajuda organizações não governamentais. A lucratividade se dá também com a prática da logística reversa, em que além de conquistar a simpatia do público, se reverte na redução de custos para a organização, que pode reaproveitar e reciclar peças e embalagens.

Da mesma forma, entende-se que os objetivos específicos também foram alcançados, já que foi possível conhecer os conceitos que envolvem a sustentabilidade e como ela contribui com as organizações, explorar práticas sustentáveis de uma gestão ambiental e identificar como sendo muito positiva a adoção de práticas sustentáveis aos olhos do consumidor e no âmbito mercadológico. Em suma, é dever de uma organização adotar a sustentabilidade como uma diretriz, pois os recursos são de todos, e salvá-los é também um dever de todos, assim como trabalhar em prol da sociedade e não somente do lucro.

Conclui-se que ao ser sustentável uma organização está construindo um futuro melhor para si, um futuro em que ela continua existindo e alcançando resultados cada vez melhores, mas também significa construir um futuro para as próximas gerações e até mesmo moldar a forma com que os concorrentes trabalham. Daí a importância deste tema, já que a sustentabilidade impacta um grande número de vidas de diferentes formas.



RELISE

61

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro, Fronteira, 2002.

ANDINO, B. F. A. (2011). **Proposta de uma estrutura analítica para a identificação do perfil de sustentabilidade de cadeias de suprimentos**. Tese (Doutorado em Administração). Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

ARAÚJO, C. G. et al. **Sustentabilidade Empresarial: Conceito e Indicadores**. III Convibra, 2006.

ARIDE, S.S. **Aspectos da Sustentabilidade Humana das Organizações: Estudo de Caso em Uma Instituição Pública Brasileira no Âmbito Federal**. 2006. 151f. Dissertação (Mestrado Profissional em Sistemas de Gestão). Universidade Federal Fluminense, Niterói. 2006.

BARBIERI, J. C. et al. **Inovação e Sustentabilidade: Novos Modelos e Proposições**. Revista RAE, FGV, 2010.

BERWANGER, Adriano. **Sociedades sustentáveis e as organizações**. Educação Ambiental em Ação, Londrina, v. 14, n. 53, p.01-11, 09/2015.

CAMPANER, Érica Cristiane dos Santos; ARAÚJO, Gladiz Mery de Souza; PINHEIRO, Renata Costa. **Gestão Ambiental como Responsabilidade Social das Organizações**. 70p. Monografia apresentada ao Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UNISALESIANO, Lins, SP para Pós-Graduação “Lato Sensu” em Gestão Empresarial com Ênfase em marketing e Recursos Humanos. Lins, 2009.

CAMPOS, L. M. de S.; SEHNEM, S.; OLIVEIRA, M. de A. S.; ROSSETTO, A. M.; COELHO, A. L. de A. L.; DALFOVO, M. S. (2013). **Relatório de sustentabilidade: perfil das organizações brasileiras e estrangeiras segundo o padrão da Global Reporting Initiative**. Gestão e Produção, 20(4), 913-926.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.



RELISE

62

CNN Brasil. **Desigualdade no Brasil cresceu (de novo)**. 2021. Disponível no endereço eletrônico: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/desigualdade-no-brasil-cresceu-de-novo-em-2020-e-foi-a-pior-em-duas-decadas/>>. Acesso em: 20 Dez. 2021.

Corporate Knights. **2020 Global 100: An index of the Global 100 most sustainable corporations in the world**. Disponível no endereço eletrônico: <<https://www.corporateknights.com/rankings/global-100-rankings/2020-global-100-rankings/>>. Acesso em: 20 Dez. 2021.

CREDIT SUISSE. **Why wealth matters. The Global wealth report**. 2021. Disponível no endereço eletrônico: < <https://www.credit-suisse.com/about-us/en/reports-research/global-wealth-report.html>>. Acesso em: 20 Dez. 2021.

DAL FORNO, Marlise Amália Reinehr. **Fundamentos em gestão ambiental** [recurso eletrônico]. 86 p. Coordenado pelo SEAD/UFRGS. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. Disponível em < <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/172220/001059568.pdf?sequence=1> >. Acesso em: 04 out. 2021.

DAVEL, E.; VERGARA, S. C. **Gestão com pessoas e subjetividade**. São Paulo: Atlas, 2009.

DE PÁDUA, Elisabete Matallo M. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática**. Papirus Editora, 2019.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2010.

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

DUTRA, J. S. **Competências: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna**. São Paulo: Atlas, 2012.

FARIAS, L. G. Q., SOUZA, A. L. R., & ANDRADE, J. C. S. **Estratégias ambientais para enfrentamento das mudanças climáticas no segmento de petróleo e energia: comparativo entre as empresas participantes do Carbon Disclosure Project no BASIC. XIV ENGEMA – Encontro Nacional de Gestão Empresarial e Meio Ambiente**. Anais, 2012.



RELISE

63

FIGUEIREDO, Gabriela Negrão de; ABREU, Regilane Lacerda; CASAS, Alexandre LuzziLas. **Reflexos do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE): Uma análise do consumidor consciente e do marketing ambiental.** Pensamento & Realidade, São Paulo, v. 24, n. 1, p.107-128, 2009.

FREIRE, Mário José Correia. **Gestão com Responsabilidade Social.** Revista Brasileira de Administração. Ano XIV, nº 46, set/2004.

FROELICH, C.; BITENCOURT, C. **Sustentabilidade Empresarial: Um Estudo de Caso na Empresa Artecola.** 2016. Disponível no endereço eletrônico:
<https://www.researchgate.net/publication/315505152_Sustentabilidade_Empresarial_Um_Estudo_de_Caso_na_Empresa_Artecola>. Acesso em: 09 Dez. 2021.

GAVIÃO, L.O., BARRETO, M., LIMA, G.B.A., MEZA, L.A., SOUZA, D.O.G., VIEIRA, T.G. Avaliação de eficiência a partir de indicadores de sustentabilidade. **Conhecimento e diversidade**, Niterói, v.8, n.16, p. 68-83, 2016.

GUILHERME, Márcia Lúcia. **Sustentabilidade sob a ótica global e local.** São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.

HERNÁNDEZ, Cecilia Toledo; MARINS, Fernando Augusto Silva; CASTRO, Roberto Cespón. **Modelo de gerenciamento da logística reversa.** Gestão & Produção, São Carlos, v. 19, n. 3, p. 445-456, 2012.

HUETING, R.; REJINDERS, L. **Broad sustainability contra sustainability: the proper construction of sustainability indicators.** Ecological Economics, v. 50, n. 3-4, p. 249-260, 2004.

KAMIYAMA, A. **Desenvolvimento sustentável.** In: SÃO PAULO (ESTADO). SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE/COORDENADORIA DE BIODIVERSIDADE E RECURSOS NATURAIS. Agricultura sustentável. São Paulo: SMA, 2011.

KNOD, Naiane. **GESTÃO AMBIENTAL: Um Estudo De Caso No Sicredi.** Monografia (Graduação). Universidade Regional Do Noroeste Do Estado Do Rio Grande Do Sul. Ijuí, RS, agosto de 2010.

KRAMA, M. R. **Desenvolvimento e análise dos indicadores de desenvolvimento sustentável no Brasil, usando a ferramenta painel de**



RELISE

64

sustentabilidade.2008. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção e Sistemas) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Católica do Paraná, Paraná, 2008.

LACERDA, Leonardo. **Logística reversa: Uma visão sobre os conceitos básicos e as práticas operacionais.** Centro de Estudos em Logística–COPPEAD, p. 3, 2002.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 5ª ed. São Paulo: Altas, 2003.

LANGE, D. E. de; BUSCH, T.; DELGADO-CEBALLOS, J. D. (2012). **Sustaining Sustainability in organizations.** Journal of Business Ethics, 110(2), 151-156.

LEAL FILHO, W. Dealing with misconceptions on the concept of sustainability. **International Journal of Sustainability in Higher Education**, v. 1, n. 1, p. 9-19, 2000.

LEITE, Paulo Roberto. **Logística reversa: Nova área da logística empresarial.** Revista Tecnológica, São Paulo, Editora Publicare, mai. 2002.

LIMA, Ana Karmen Fontenele Guimarães. **Consumo e Sustentabilidade: Em busca de novos paradigmas numa sociedade pós-industrial.** Anais do XIX Encontro Nacional do Conpedi, Fortaleza, p.1686-1698, out. 2010.

LOZANO, R. Towards better embedding sustainability into companies' systems: an analysis of voluntary corporate initiatives. **Journal of Cleaner Production**, v.25, n.0, p.14-26, 2012.

LÜDKE, Menga e ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** São Paulo: EPU, 1986.

MACHADO, Juliana Grando. **Gestão Ambiental: Um Estudo À Luz De Cases Empresariais Sob Perspectivas Socioambientais.** Artigo (Graduação). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. Rio de Grande do Sul, 2013.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 1994.



RELISE

65

MUELLER, Carla Fernanda. **Logística Reversa Meio Ambiente e Produtividade**. 2005, 6f. Monografia (Grupo de Estudos Logísticos) Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, 2005.

NETO, Francisco P. de Melo; FROES, César. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: O Caso Brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

NHAN, ANNP; SOUZA, C.; AGUIAR, R. Logística reversa no Brasil: A visão dos especialistas. In: XXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção-ENEGEP. 23, 2003, Ouro Preto. Anais... Ouro Preto: ABREPO-Associação Brasileira de Engenharia de Produção, 2003.

NOBRE, Ana Carolina Silva. **A Implementação Do 14º Objetivo Para O Desenvolvimento Sustentável Das Nações Unidas: A Participação Da Sociedade Civil Brasileira**. 132 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG. Rio Grande, 2019.

OLIVEIRA, Adriano Abreu; SILVA, JARSONE TASSO MOREIRA. **A logística reversa no processo de revalorização dos bens manufaturados**. REA-Revista Eletrônica de Administração, v. 4, n. 2, 2011.

OLIVEIRA, Talita Maria. **O Sistema de Gestão Ambiental como instrumento educacional em instituições de ensino**. 50 p. Monografia – MBA em Gestão Ambiental e Práticas em Sustentabilidade. Centro Universitário do Instituto de Mauá de Tecnologia, São Paulo, SP, 2012.

OLIVEIRA, L. R.; MEDEIROS, R. M.; TERRA, P. B.; QUELHAS, O. L. G. **Sustentabilidade: da evolução dos conceitos à implementação como estratégia nas organizações**. Revista Produção, v. 22, n. 1, p. 70-82, 2012.

PINHEIRO, M. D. **Ambiente e Construção Sustentável**. Instituto do Ambiente. Amadora, 2006.

PINTO, B. D. L. et al. **Indicadores de desenvolvimento sustentável para caracterização de melhoria contínua em processos de certificação ambiental**. Meio Ambiente Industrial, São Paulo, ed. 92, ano XVI, p. 18-28, 2011.

PORTILHO, M. F. F. (2005). **Sustentabilidade Ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez.



RELISE

66

PORTAL SOLAR. **Exemplos de empresas sustentáveis**. Disponível no endereço eletrônico: < <https://www.portalsolar.com.br/exemplos-de-empresas-sustentaveis-para-seu-negocio>. Acessado: 20 de Dez 2021.

ROBERT, K-H. et al. A compass for sustainable development. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, v. 4, n. 2, p. 79-92, 1997.

SANTOS, Adalto de Oliveira et al. **Contabilidade ambiental: um estudo sobre sua aplicabilidade em empresas Brasileiras**. *Rev. contab. finanç.*, São Paulo, v. 12, n. 27, p. 89-99, Dec. 2001. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-70772001000300007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 04 out. 2021.

SILVA, Celiane Campelo Da. **Aplicabilidade Da Gestão Ambiental No Ambiente Empresarial: Análise Na Empresa Cerâmica Tarumã Ltda - ME De Itaituba/PA**. Monografia do curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Itaituba – FAI, Itaituba, Pará, 2016.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

VAZ, Letícia. **Educação Ambiental e Logística Reversa**. 2012, 9f. Monografia (Graduação em Engenharia Ambiental) - Universidade Federal de São Carlos-UFSCar, São Carlos, 2012.

WILLARD, B. (2014). **Como fazer a empresa lucrar com sustentabilidade**. São Paulo: Saraiva.

WIKIHAUS. **Conheça 5 empresas que desenvolvem ações sociais**. 2020. Disponível no endereço eletrônico: <<https://wikihaus.com.br/blog/conheca-5-empresas-que-desenvolvem-acoes-sociais/>>. Acesso em: 20 Dez. 2021.