



SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL - UM CONCEITO MACRO E SISTÊMICO.

ORGANIZATIONAL SUSTAINABILITY – A MACRO CONCEPT AND SYSTEMC

Alessandra Bono¹, Prof. Me. Julio Cesar Freschi²

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo apresentar as empresas que implantaram um programa de sustentabilidade e que estão direcionadas para um alvo além da estimativa contábil, pois preparam o balanço social com o intuito de aprimorar o relacionamento com a comunidade e a preservação da biodiversidade com transparência e responsabilidade. Desta forma, foi realizado um levantamento de duas empresas brasileiras que aderiram a projetos de sustentabilidade e disponibilizaram relatório sobre o tema. Assim, foram analisadas as dimensões econômicas, sociais e ambientais, a fim de se observar como essas empresas expressam suas práticas em benefício do desenvolvimento sustentável.

PALAVRAS-CHAVE: Estratégia. Responsabilidade Social. *Stakeholders*. Sustentabilidade.

ABSTRACT: *This work aims to present the companies that have implemented a sustainability program and are directed to a target beyond the accounting estimate, for preparing the social balance in order to enhance the relationship with the community and the preservation of biodiversity with transparency and accountability. Thus, a survey of two Brazilian companies adhering to sustainability projects and publish report on the topic was conducted. Thus, the economic, social and environmental dimensions were analyzed in order to observe how these companies express their practices in favor of sustainable development.*

KEYWORDS: Strategy. Social Responsibility. *Stakeholders*. Sustainability.

¹ ales.bono@hotmail.com - Graduação em Administração - UnG

² julio.freschi@gmail.com – Orientador - UnG



1. INTRODUÇÃO

Nas últimas duas décadas o atual conglomerado empresarial vem se deparando com questões importantes que não se restringem somente a esfera econômica. Além das já evidentes mudanças nos padrões de consumo mundial, existem fatores que sugerem que as empresas necessitam se preocupar com outros temas e não ficarem restritas somente ao lucro. É notório que as atividades empresariais não podem mais se limitar apenas ao âmbito econômico-financeiro, pois essas empresas possuem um expressivo efeito no meio ambiente e na sociedade.

Vivemos uma realidade onde o desenvolvimento que interessa a uma parcela significativa do empresário brasileiro tem foco em um projeto que vai além do lucro. É possível constatar que o objetivo é alcançar e conservar a sustentabilidade ao modelo econômico nacional como exemplo de comprometimento socioambiental vinculado ao sucesso econômico. No entanto, como argumenta Danielle Denny et al., (2013), o Brasil há muitas décadas, enfrenta uma condição paradigmática dentro do cenário mundial que busca equacionar o crescimento econômico através de um projeto sustentável socioambiental, já que o país é possuidor de riquezas naturais das mais variadas, contudo, apresenta um dos piores índices de desigualdade social. Diante disso, e com o aumento da população global, é cada vez mais presente a pressão por um desenvolvimento econômico preocupado com as questões socioambientais.

É preciso salientar que em 1987, o tema sobre “Desenvolvimento e Sustentabilidade” foi introduzido ao meio acadêmico, político, social e econômico através dos trabalhos realizados pela Comissão Brundtland, que emitiu um relatório denominado “*Our Common Future*” (DENNY. et al., 2013; MUNK, 2013). Segundo esse relatório, foi implantado um modelo de desenvolvimento voltado para as necessidades da geração atual, entretanto, sem comprometer a capacidade das futuras ge-

rações de satisfazer suas próprias demandas (MUNK, 2013).

Dito isso, fica evidente que as preocupações com o meio ambiente assumem proporções cada vez maiores como consequência dos desequilíbrios provocados pela ação humana na natureza. Para Dias (2011), não há ainda um número significativo de empresas ambientalmente responsáveis, no entanto, as organizações que tomaram a decisão de aderir a um programa sustentável, estão se tornando referências em seus respectivos setores e constituindo-se em modelos de gestão para adoção de padrões de excelência ambiental.

Tendo em vista a importância das organizações no contexto econômico mundial, este trabalho procura analisar qual a principal fonte de influência, além da preservação ambiental, que leva os gestores de corporações a implantarem programas de desenvolvimento sustentável e quais as vantagens adquiridas após se tornarem uma empresa sustentável. O eixo temático Gestão Ambiental abarca os trabalhos que procuram debater o tema da sustentabilidade, de práticas associadas ao meio ambiente e de como os principais atores incluídos sofrem influência do meio. Enquanto isso, os artigos analisados que contemplam a linha temática sobre Responsabilidade Social abordam principalmente as vantagens e desvantagens de se incluir projetos de sustentabilidade ao processo cotidiano da organização.

2. GESTÃO AMBIENTAL

Durante todo o século XX, ocorreram graves acidentes industriais e a consequente contaminação dos locais resultado desses eventos acabou por chamar a atenção da opinião pública para a importância e gravidade do tema. Alguns dos problemas ambientais mais evidentes tornaram-se assunto global e devido à visibilidade produzida, assim como sua compreensão quanto à causa e efeito, acabou por promover uma ferramenta de construção para uma conscientização dos sérios proble-



mas causados pela má gestão. (DIAS, 2011).

De acordo com Almeida (2002) citado por Azevedo (2006), uma empresa quando tem o objetivo de se tornar sustentável necessita buscar em todas as suas ações e decisões a ecoeficiência, isso significa dizer que deve procurar produzir mais e com melhor qualidade, gerando menos poluição e empregando menos recursos naturais. Além disso, a empresa que adere aos princípios da sustentabilidade deve ter a preocupação de ser socialmente responsável, admitindo que está inserida num ambiente social onde ao mesmo tempo que influência também sofre influência.

Ocorre que o intercâmbio entre as empresas e a sociedade, encontra-se num nível de intensidade inferior as empresas que possuem sistemas de gestão ambiental. Esse quadro é reflexo de alguns fatores tais como: desconhecimento da magnitude que implica a questão do meio ambiente por parte dos dirigentes das empresas e também um despreparo ou desinteresse das administrações públicas no trato sobre o tema (DIAS, 2011). “Por conseguinte, a motivação dos líderes empresariais deve ser respaldada numa visão de longo prazo, em que se leve em consideração os custos futuros e não somente os custos presentes” (Almeida, 2002, *apud* AZEVEDO, 2006)

2.1 Desenvolvimento sustentável

Atenta-se para o fato de que o atual e intenso debate sobre o tema da sustentabilidade envolve múltiplos campos da sociedade e o setor empresarial também se posiciona em relação ao assunto. Apesar disso, esta preocupação com o meio ambiente e com o social não se constitui numa regra geral para todos os segmentos empresariais (AZEVEDO, 2006). Sendo assim, as preocupações com o bem-estar da população e com o meio ambiente e a forte capacidade de influência das empresas, principalmente das grandes corporações multinacionais, trazem a tona questionamentos mais

que relevantes sobre a responsabilidade social das empresas, pois a responsabilidade social voltada somente para o viés econômico com objetivo de gerar lucros já não traduz um escopo aceitável para guiar os negócios perante os novos valores demandados pela sociedade tais como, a busca pela qualidade de vida, valorização do ser humano e respeito ao meio ambiente (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009).

Portanto, para que uma empresa apresente-se ao mundo moderno de forma coerente com as demandas exigidas, é preciso que alinhe as tomadas de decisões e planejamentos estratégicos a um projeto sustentável.

A Responsabilidade Social Empresarial total impõe o cumprimento simultâneo das responsabilidades econômicas, legais, éticas e filantrópicas. Colocado em termos mais pragmáticos, significa que a empresa deve, ao mesmo tempo, ser lucrativa, obedecer às leis, atender as expectativas da sociedade e ser boa cidadã (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009).

A análise de Munk (2013) corrobora com o estudo de Barbieri e Cajareira (2009) sobre a necessidade de se combinar diversos fatores em prol de um meio ambiente social e organizacional mais saudável, ou seja:

A convicção de que a adoção de uma combinação é a melhor alternativa para cunhar o paradigma centrado na sustentabilidade parece pertinente para a incorporação de aspectos socioambientais no processo decisório econômico de uma comunidade de *stakeholders* (MUNK, 2013).

Nos últimos anos tem se observado que algumas organizações adotaram programas e projetos com o intuito de padronizar relatórios de sustentabilidade e medidas de gestão sustentável, alguns aplicáveis a uma grande variedade de organizações, outros específicos



para determinados setores.

2.1.1 Desenvolvimento Sustentável: desvantagens e vantagens adquiridas ao processo responsável

Na análise de Coral (2002) as organizações do terceiro milênio precisarão se preparar de forma eficaz e planejada para os desafios que o novo século deverá impor ao seu crescimento econômico, e assim, desenvolver formas sustentáveis e originais de agregar valor, conservar e abrir novos mercados para oferecer produtos e serviços que possam ser produzidos com recursos renováveis e utilizando processos tecnologicamente limpos. No entanto, a autora supramencionada, enfatiza que os processos e produtos ecologicamente corretos e o investimento em tecnologias ambientais podem constituir fortes restrições à sobrevivência das organizações, o que resultaria em um obstáculo para a adesão a um projeto sustentável. O entendimento destes fatores proporcionará dados para o plano apropriado, visando diminuir os riscos.

Porém, muitos são os motivos que induzem empresas a aderirem a algum tipo de projeto social, razões essas que nem sempre são publicamente divulgadas. Diante dessa preocupação com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial, medidas foram desenvolvidas para avaliar a valorização das ações de empresas que investem em responsabilidade social e ambiental, a exemplo do Índice de Sustentabilidade Dow Jones, Fundo Ethical e, recentemente, o Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE da Bolsa de Valores de São Paulo.

Verifica-se ainda que há diversos incentivos para a divulgação da responsabilidade social, a exemplo de prêmios e selos concedidos pelos Estados e órgãos não governamentais para empresas que comprovam qualidade e transparências em suas ações sociais, principalmente por meio da divulgação de Balanço Ambiental e

Social de qualidade (MACHADO MAR; MACHADO AND; CORRAR, 2008).

As vantagens não se resumem somente nas avaliações de índices e premiações corporativas, assim como o papel do Estado e o seu poder regulador através da legislação ambiental também não é o único incentivo que determina a mudança de postura e gestão das empresas na busca por desempenho ambiental mais responsável. Observa-se que os ganhos com o desenvolvimento sustentável e a gestão responsável trazem as organizações benefícios econômico-financeiros de grande importância, além de uma positiva imagem diante da sociedade, agregando mais valor aos seus produtos.

Entre as vantagens adquiridas estão: menores gastos com matéria prima, energia e disposição de resíduos, com menor dependência de instalações de tratamento e de destinação final de resíduos; redução ou eliminação de custos futuros decorrentes de processos de despoluição de resíduos enterrados ou de contaminação por eles causado; menores complicações legais; menores custos operacionais e de manutenção (DIAS, 2011).

Portanto, além das pressões de origem legal, há uma resposta ambiental das empresas com a diminuição da contaminação gerada por diversos fatores, entre os quais: pressões da comunidade, do mercado e dos consumidores, ou seja, os já mencionados *stakeholders*. Ademais, “em muitos casos, a redução da contaminação pode ocorrer sem a necessidade de investimento, apenas com a melhoria da gestão e das práticas adotadas ao longo do processo de fabricação” (DIAS, 2011).

3. A INFLUÊNCIA DOS STAKEHOLDERS PARA UMA ESCOLHA SUSTENTÁVEL

Perante a notável ampliação da consciência coletiva no que tange a preocupação com a preservação do meio ambiente e à complexidade das recentes questões ambientais que a sociedade direciona para as organizações mundiais, tem-se como resultado um novo posicio-



namento por parte dessas corporações em face de tais temas (LYRA; GOMES; JACOVINE, 2009).

Segundo Coral (2002)

A constatação de que os recursos naturais não são inegociáveis e que, não é possível continuar com o crescimento econômico sem considerar a variável meio ambiente e sociedade, abre frente para a busca de novas soluções alternativas para o sistema produtivo, como o conceito de Desenvolvimento Sustentável, que tem por objetivo obter equilíbrio entre o crescimento econômico, a equidade social e o meio ambiente natural.

Portanto, a procura por novos métodos, mecanismos mais eficientes e padrões comportamentais mais saudáveis estabelecidos pelas empresas demarca aquelas que são mais ou menos capazes de responder aos anseios da sociedade (Donaire, 1999 *apud* LYRA; GOMES; JACOVINE, 2009).

De acordo com Freeman (1987), citado por CORADINI; SABINO; COSTA (2010) o conceito *stakeholder* foi inicialmente apontado como um grupo de pessoas que possuem uma expressiva importância no contexto das organizações, ou seja, sem o suporte deles, provavelmente essas organizações poderiam desaparecer. A lista de *stakeholders* incluía originalmente os acionistas, empregados, fornecedores, clientes, financiadores e a sociedade como um todo.

Entre as diversas definições de *stakeholders* encontradas na literatura de Administração, a mais ampla é a que afirma que esse “grupo de interesses” são indivíduos que possuem um mérito e relevância nas consequências das decisões tomadas no âmbito das

organizações e, por isso, podem influenciá-las (Churchill & Peter, 2000 *apud* CORADINI; SABINO; COSTA, 2010). Dessa forma, podemos compreender que além dos gestores corporativos, outros indivíduos também colaboram para implantação dos planos estratégicos sustentáveis, ficando evidente que todos os envolvidos na cadeia econômico-empresarial afetam e são afetados pelos resultados estratégicos determinados.

De fato, a condição de cada organização no mercado como: características principais que a definem, a sua posição, sua competência tecnológica, sua infraestrutura de recursos humanos e materiais são fatores que influenciam a escolha das ferramentas que poderão proporcionar o seu crescimento. Deste modo, com objetivo de se atingir um desenvolvimento sustentável, é necessário que se crie tecnologias mais limpas para os processos produtivos, assim como os novos modelos teóricos de planejamento e gestão também deverão evoluir para auxiliar a tomada de decisão no moderno contexto global (CORAL, 2002)

No cenário atual para que uma organização estabeleça planos estratégicos, de antemão, é necessário que se investigue e conheça a fundo os *gaps*¹ entre o que os gestores da empresa avaliam como fundamental, o que a empresa delinea e principalmente como os *stakeholders* externos compreendem essa formação da ideia, e assim seja possível fornecer elementos para que a empresa determine estratégias mais eficazes de posicionamento e relacionamento e consiga construir uma imagem mais coerente, duradoura e uma reputação mais forte (ALMEIDA; MUNIZ, 2005). Ademais, no curto ou médio prazo, será inevitável que as empresas arquem com a sua responsabilidade pelo impacto ambiental causado, sendo assim, elas deverão assumir as consequências pela poluição dos recursos naturais que utilizam (CORAL 2002).

¹ Lacunas (tradução da autora)



No âmbito nacional, várias empresas estão empenhadas em projetos sustentáveis. O presente artigo irá analisar o banco Itaú Unibanco e a empresa Natura Cosméticos.

4. METODOLOGIA

O presente trabalho constitui uma Revisão Bibliográfica da Literatura realizada em bases de dados online, bibliografia clássica de administração e dados apresentados pelas instituições analisadas. Contudo, para esclarecer a análise teórica, realizou-se um estudo de caso sobre o processo de aderência a projetos de desenvolvimento sustentável do Grupo Itaú/Unibanco e da Natura. Para realização desta revisão, utilizou-se a seguinte pergunta: “Qual o objetivo e as vantagens de se tornar uma empresa sustentável?”

A escolha dos artigos teve como base a análise de estudos observacionais descritivos para comparar a teoria com a prática empírica, obtendo desta maneira uma compreensão mais aprofundada do tema, além de verificar como as diferentes análises contribuem para o avanço na pesquisa sobre desenvolvimento sustentável. Os artigos selecionados foram em sua maioria, descritivos com metodologia qualitativa. Realizou-se um recorte temporal para análise dos artigos, abarcando o período entre 2005 a 2013. O período estabelecido teve como objetivo mostrar o que foi produzido sobre o tema, buscando-se comparar as produções científicas desta época com o período recente para entender qual foi a trajetória que a prática da sustentabilidade empresarial atravessou nesses anos.

4.1 Problema e Justificativa de Pesquisa

Quais condições exercem mais influência na decisão das empresas para aderir ao processo de sustentabilidade? As Organizações que procuram alinhar-se às melhores práticas de sustentabilidade buscam perma-

nentemente, na gestão, nos negócios e nas técnicas do dia a dia uma Gestão Responsável – valorização dos colaboradores, melhoria do ambiente de trabalho e práticas ecoeficientes.

As empresas que implantam um programa de sustentabilidade estão direcionadas para algo além da estimativa contábil, pois preparam o balanço social com o intuito de aprimorar o relacionamento com a comunidade e a preservação da biodiversidade com transparência e responsabilidade. É fato sabido que nossa realidade demanda que as organizações obedeçam aos conceitos de não degradação e poluição do meio ambiente. É neste contexto que o trabalho se concentra e mostra a importância das informações que pretende pesquisar.

4.2 Itaú-Unibanco

Segundo a revista Performance Sustentável de 2012, o Itaú assumiu uma postura de compromisso com o ecossistema. Para esta corporação, o valor da ecoeficiência reúne iniciativas que promovem um salto de qualidade inestimável, basicamente ações como cobrir os vidros dos prédios com películas de proteção solar que reduzem a temperatura dos ambientes, reaproveitar água da chuva em bacias sanitárias e irrigação de jardins e incentivar o uso de vans, em vez de táxis, para transitar entre polos administrativos.

Com medidas simples como essas e, outras mais sofisticadas, como o uso de energia eólica, o Itaú Unibanco baixou sua “conta de luz” em 1%, cortou o gasto de água em 8% e reduziu a quilometragem percorrida de táxi em 54% no último ano. O Comitê de TI Verde coordenou a coleta e o descarte adequados de 7,1 mil toneladas de lixo eletrônico (computadores, impressoras, etc.), além das 4.094 reuniões que foram realizadas nas 18 salas de telepresença do banco, evitando deslocamentos de 18,3 milhões de quilômetros e a emissão de 2,5 mil toneladas de CO₂. Só com o corte no gasto de energia, a economia foi de R\$ 1,2 milhão (PERFOR-



MANCE SUSTENTÁVEL, 2012). O Itaú Unibanco ainda possui um plano de metas para redução no consumo de energia para 2014 e 2015 onde a redução deve ocorrer em torno de 3% e 4% respectivamente.

O banco também inaugurou em outubro de 2011 a “Bike Rio” onde atualmente conta com 60 estações instaladas na cidade com 147 mil ciclistas cadastrados. O projeto iniciou no Rio de Janeiro 2011, mas já tem ampla adesão também em São Paulo quando foi iniciado em 2012. Para o projeto foram postas bicicletas à disposição dos cidadãos, para uso diário, em intervalos de uma hora. Em um ano e meio, o projeto colecionou mais de 1,7 milhões de viagens. A iniciativa é um incentivo à evolução da mobilidade urbana, sustentável desde as estações abastecidas a energia solar até o uso de bicicletas de fabricação nacional. O estímulo à integração da bicicleta como meio de transporte viável para pequenas distâncias se tornou uma bandeira do banco e hoje é um compromisso com a transformação.

Com a finalidade de apresentar suas recentes transformações e se colocar cada vez mais na “rota da transparência” o Itaú Unibanco, mas também outras empresas da chamada “elite global” tem demonstrado compromisso crescente com o desafio de tornar as informações sobre os impactos de suas operações mais favoráveis para todos os públicos como, colaboradores, clientes, acionistas e investidores, fornecedores e sociedade. E nesse caminho o Itaú Unibanco divulga seus resultados segundo as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI), pois segundo a revista *Performance Sustentável*, possui a metodologia mais difundida para a elaboração de relatórios de sustentabilidade e busca desenvolver um balanço cada vez mais completo, integrando questões econômicas e financeiras (PERFORMANCE SUSTENTÁVEL, 2012).

4.3 Natura

Com um nome consagrado em matéria de proje-

tos sustentáveis, a Natura possui uma estratégia que apresenta o desafio de tornar a sustentabilidade um dos principais vetores de inovação e geração de novos negócios por meio de soluções que criem valor compartilhado para toda a sua rede de relações. Assim sendo, procura estabelecer uma abordagem ampla em toda a organização, onde o tema sobre sustentabilidade é um componente relevante desde o planejamento da companhia que passa pela definição de indicadores e metas, embasa atividades de educação para os colaboradores e demais públicos de relacionamento, além de estar atrelado às análises de desempenho e remuneração da liderança. Todo esse processo é acompanhado pela alta gestão e comunicado periodicamente (RELATÓRIO NATURA, 2012).

A estratégia de sustentabilidade que Natura apresenta, surge do processo de relacionamento e engajamento com o público que a empresa se relaciona. É essa coligação de pessoas que ajuda a empresa a identificar os temas socioambientais mais relevantes frente às escolhas para o negócio. Chamados de “Temas Prioritários”, os assuntos apontados por esse público são considerados no planejamento da Natura para a definição de projetos, programas e iniciativas de atuação e acompanhados por indicadores e metas relacionados (chamado de Orçamento Socioambiental) (RELATÓRIO NATURA, 2012). Fica evidente conforme visto, que os *stakeholders* são de fato muito importantes para o processo de tomada de decisão da empresa.

Assim como a consulta aos *stakeholders* é fator relevante no planejamento estratégico sustentável da Natura, a mobilização e a educação também o são. A organização considera ser possível, por meio da sua atuação, incentivar o autodesenvolvimento e a ampliação de consciência da rede, formada por colaboradores, consultoras e consultores, consumidores, fornecedores e comunidades fornecedoras,



acionistas, além da imprensa, organizações da sociedade civil e órgãos públicos. Assim como o Itaú Unibanco, a Natura fecha o ciclo com a comunicação das práticas e resultados econômicos, sociais e ambientais, realizada de forma periódica, nos comunicados trimestrais de desempenho e no relatório anual, com dados auditados por consultoria independente e de acordo com as diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI).

Além do apresentado acima, a Natura é signatária do Pacto Global desde julho de 2000. Trata-se de uma iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU), que reúne empresas, trabalhadores e sociedade civil para promover o crescimento sustentável e a cidadania. A empresa ainda é membro do *Steering Committee*, signatária do programa *Caring for Climate*, do Pacto Global e integra o Comitê Brasileiro do Pacto Global (CBPG), criado a partir de parceria entre o Instituto Ethos e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), em 2003. O CBPG é um grupo voluntário composto por empresas, agências das Nações Unidas no Brasil, entidades empresariais, academia e organizações da sociedade civil para promover a adoção e incorporação dos princípios na gestão dos negócios.

QUADRO 1. Compromissos da Natura para 2020

compromissos
para 2020



FONTE: Relatório Natura 2012

5. DESENVOLVIMENTO E RESULTADOS

Realizando um diálogo entre teoria e os dados colhidos na pesquisa de campo, identificamos que diante da crescente consciência da sociedade e das empresas em âmbito mundial sobre a necessidade de preservar o meio ambiente, observou-se que algumas organizações já aderiram ao chamado “projeto de desenvolvimento sustentável”.

Temos como exemplo as ações tomadas pelas empresas Itaú Unibanco e Natura apresentados acima. Essas duas organizações tomaram a decisão de se comprometer com a sociedade através de um sistema de produção mais benéfico para o meio ambiente, e conseqüentemente para o planeta. Isto porque a condição atual referente aos cuidados com os recursos naturais não podem ser negligenciadas por mais tempo, pois não é possível continuar com o crescimento econômico sem considerar a variável meio ambiente e sociedade, ou seja, nossa realidade pede uma busca por novas soluções alternativas para o sistema produtivo. Ademais, o conceito de Desenvolvimento Sustentável, que tem por objetivo obter equilíbrio entre o crescimento econômico, a equidade social e o meio ambiente natural.

Já a Natura, tem procurado ao longo dos anos estabelecer uma abordagem aberta no que tange o tema de sustentabilidade, e para tanto, tem se comprometido eficazmente a implantar desde o planejamento da companhia que passa pela definição de indicadores e metas, passando por atividades de educação para os colaboradores e demais públicos de relacionamento, além de estar atrelado às análises de desempenho e remuneração da liderança. Todo esse processo é acompanhado pela alta gestão e comunicado periodicamente.

Portanto, é claramente perceptível que teoria e empirismo, no caso tratado neste artigo, têm corroborado no sentido de que há uma necessidade imperativa para se aderir a formas mais sustentáveis de produção. No



entanto, ainda são poucas as empresas imersas nesse processo.

6. CONCLUSÃO

Conforme os dados apresentados neste artigo, podemos concluir que a presente realidade atinente aos problemas que envolvem o meio ambiente e a consequente utilização dos recursos naturais, tem levantado questionamentos acerca de como as organizações, em âmbito mundial, estão agindo.

Neste sentido, para responder as demandas e tentar de maneira eficiente barrar ou, pelo menos amenizar a utilização dos recursos naturais, a sociedade tem se unido as corporações com o objetivo de trocar sugestões e/ou criar medidas de sustentabilidade. Como resultado dessa associação, temos visto ações por parte de algumas empresas com comprometimento com um plano sustentável de produção, assim como projetos sócio-educativos para promover a conscientização em relação à preservação dos recursos naturais.

No plano mais visível, as organizações que decidiram implantar sistemas de desenvolvimento sustentável, agregam valor aos seus produtos, são avaliados de forma positiva através de ferramentas que geram índices de sustentabilidade, além de serem bem vistas pela sociedade devido as suas ações de comprometimento com o meio ambiente.

No entanto, a crescente conscientização sobre o tema e a notória necessidade se de pensar novas formas de produção, não tem a aderência mínima das empresas no plano global. Sabe-se que uma empresa quando tem o objetivo de tornar-se sustentável busca em suas ações a ecoeficiência, isso significa dizer que procura produzir com melhor qualidade, gerando menos poluição e empregando menos recursos naturais. Nota-se que a interação entre as empresas e a sociedade, ainda está num patamar muito abaixo do necessário

para que a situação atual se reverta.

Assim sendo, com o aumento da conscientização ambiental e as demandas advindas por essa razão, as organizações do terceiro milênio precisarão renovar sua posição diante da sociedade e assim elaborar um planejamento para os desafios que o novo século deverá impor ao seu crescimento econômico. Portanto, desenvolver formas sustentáveis para agregar valor aos seus produtos, conservar e abrir novos mercados utilizando processos tecnologicamente limpos poderá pesar sobre à sobrevivência das organizações.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, A. L. C., MUNIZ, R. M. A construção da reputação organizacional como recurso estratégico: o papel dos gestores e a percepção dos stakeholders. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Brasília, 2005. **Anais...** Brasília: editora, 2005. p. inicial-final

AZEVEDO, Ana Luísa Vieira. Indicadores de sustentabilidade empresarial no Brasil: uma avaliação do Relatório do CEBDS. **Revista Ibero americana de Economia Ecológica**, Local, v. 5, p.75-93, 2006.

BARBIERI, Jose Carlos. et al.. O Papel dos Stakeholders na Sustentabilidade da Empresa: Contribuições para Construção de um Modelo de Análise. **RAC**, Curitiba, v. 13, Edição Especial, art. 3, p. 39-52, 2009. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/rac>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

CORADINI, C., SABINO, M. S., COSTA, B. K. Teoria dos Stakeholders – Estado da Arte produzido no Brasil. In: XIII SemeAd - Seminários em Administração, São Paulo, 2010. **Anais...** São Paulo: editora, 2010. p. 1 – 13.



DENNY, D. M. T. et al. Estímulos Fiscais para a Economia Verde. São Paulo, 2013. Disponível em: <http://www.advancesincleanerproduction.net/fourth/files/sessoes/5A/7/denny_et_al_work.pdf>. Acesso em: dia mês ano.

DIAS, Reinaldo. Gestão Ambiental – Responsabilidade Social e Sustentabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MACHADO, Márcia Reis; MACHADO, Márcio André Veras; CORRAR, Luiz João. Desempenho do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Bolsa de Valores de São Paulo. Revista Universo Contábil, Santa Catarina, v. 5, n. 2, 2009. Disponível em: <<http://proxy.furb.br/ojs/index.php/universocontabil/article/viewArticle/1401>>.

Acesso em: 12 fev. 2012.

MUNK, Luciano. Gestão da sustentabilidade nas organizações: Um novo agir frente a Lógica das Competências. São Paulo: Trilha, 2013.

RELATÓRIO NATURA 2012. Sustentabilidade, vetor de inovação. Disponível em: <<http://www.itaunibanco.com.br/relatoriodesustentabilidade/2012/pt/downloads/Performance-Sustentavel-2012.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

REVISTA PERFORMANCE SUSTENTÁVEL. Um Banco ao Alcance da sua mão - Interação com o cliente e mobilidade. Como a tecnologia está criando hoje o banco do futuro: simples, humano e inclusivo. 2012. Disponível em: <<http://www.itaunibanco.com.br/relatoriodesustentabilidade/2012/pt/downloads/Performance-Sustentavel-2012.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2014.

SILVA, Lílian Simone Aguiar da; QUELHAS, Osvaldo Luiz Gonçalves. Sustentabilidade empresarial e o impacto no custo de capital próprio das empresas de capital aberto. Gest. Prod. São Carlos, v.13, n.3, p.inicial-final, 2006.