

## LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO SOBRE ALGUMAS EMPRESAS QUE DESENVOLVEM PROGRAMAS DE AÇÕES SUSTENTÁVEIS

Sonia Maria de Carvalho Silva

*Universidade Federal Fluminense, e-mail: soniamariasilv@gmail.com*

### RESUMO

A sustentabilidade tornou-se uma ferramenta necessária para o crescimento e sobrevivência das grandes organizações. O presente estudo se baseou em pesquisas realizadas aos sites de quatro empresas, localizadas no Brasil, a fim de demonstrar as vantagens proporcionadas àquelas que adotam o princípio da sustentabilidade. As empresas selecionadas para compor o presente estudo foram: Akzonobel; Gerdau Aços Longos S/A; Itaú Unibanco S/A e Petrobras Distribuidora S/A. Este artigo apresenta um levantamento bibliográfico sobre alguns programas que essas empresas desenvolvem. Objetiva deixar nítido, os impactos positivos ocasionados, quando a questão da sustentabilidade é vista como uma ação estratégica da organização. Para a montagem da base de conhecimento deste estudo foram realizadas diversas leituras a bibliografias físicas, online e consultas aos sites das empresas pesquisadas. Pôde-se observar com o presente estudo que as empresas pesquisadas estão atuando em segmentos altamente competitivos, dirigindo seus esforços no sentido de corrigir desperdícios, melhorar produtos e aprimorar processos. Buscam adaptar suas ações aos princípios da responsabilidade social, impostos pela necessidade de se manterem no mercado por meio do alinhamento com o desenvolvimento sustentável, tendo em vista a obtenção de maiores lucros e garantia da melhoria da sua imagem, além da preservação ambiental.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade; *marketing* verde; gestão sustentável.

## 1 INTRODUÇÃO

Em tempos modernos, as questões sustentáveis estão muito presentes no cotidiano da sociedade. A inserção do conceito de sustentabilidade é utilizada com a finalidade de suprir as necessidades dos clientes os quais exigem das empresas o comprometimento com a proteção da natureza (BRITTES, 2012).

A sociedade tem se preocupado, cada vez mais, com os possíveis impactos causados pelas ações humanas sobre as gerações futuras e, tendo em vista essas questões, o mundo dos negócios teve que adotar uma nova cultura e inserir no seu planejamento estratégico o *marketing* verde.

A preocupação com as questões sustentáveis é fundamental para que a empresa cresça e sobreviva no mercado. Neste sentido, tornou-se necessário colocar em prática o conceito de sustentabilidade a fim de gerar para a organização, impactos positivos externos e internos (TOLDO, 2002).

As empresas que não adotam esse novo modelo têm sua imagem comprometida de modo a perder credibilidade com cliente e fornecedores. O *marketing* verde deixou de ser uma utopia e se faz cada vez mais presente na estrutura das organizações de modo a ser uma condição básica para que qualquer empresa tenha sucesso (MAXIMIANO, 2009).

O presente estudo se baseou em pesquisas realizadas aos sites de quatro empresas, localizadas no Brasil, a fim de demonstrar as vantagens proporcionadas àquelas que adotam o princípio da sustentabilidade. Cabe informar que as empresas selecionadas para compor o presente estudo foram: Akzonobel; Gerdau Aços Longos S/A; Itaú Unibanco S/A e Petrobras Distribuidora S/A. A escolha por estas organizações justifica-se pelas mesmas apresentarem práticas expressivas na área da sustentabilidade, além de possuírem informações relevantes sobre seus projetos, pautados em questões sociais, culturais e ambientais.

Identificou-se que as empresas selecionadas são bem colocadas no mercado, no âmbito da sustentabilidade, e atuam no Brasil e no exterior, apesar de pertencerem a ramos distintos, elas possuem como ponto em comum uma cultura organizacional voltada para o *marketing* verde e para a sustentabilidade, característica básica que justifica a escolha das mesmas.

Objetivou-se com estas escolhas demonstrar o diferencial competitivo e os benefícios adquiridos através das práticas sustentáveis. Portanto, pretende-se comprovar, por meio do presente levantamento bibliográfico, que organizações que tem o *marketing* verde, inserido

em seu planejamento estratégico, geram credibilidade, pois estão mais preparadas para enfrentar riscos econômicos, sociais e ambientais.

## 2 METODOLOGIA

Para a montagem da base de conhecimento deste estudo foram realizadas diversas leituras em bibliografias físicas e *online*, consultas aos sites das empresas pesquisadas e montagem de quadros, contendo detalhes das ações sustentáveis desenvolvidas.

Para a execução deste trabalho, foi necessária a realização de diversas etapas, que são os procedimentos metodológicos: levantamento bibliográfico em livros, revistas, artigos, *internet*, monografias, dos dados primários das empresas pesquisadas, visando levantar o perfil de cada uma delas, realizado no mês de março de 2017, junto aos seus respectivos sites; coleta dos dados específicos sobre as ações sustentáveis, desenvolvidas pelas empresas; montagem de quadros contendo os dados específicos sobre as ações sustentáveis; análise dos dados coletados, condizente à questão em foco, especificamente aquelas referentes a utilização do *marketing* verde e da sustentabilidade; tabulação dos dados obtidos e construção de avaliações, a partir do referencial teórico utilizado e com base na pesquisa bibliográfica desenvolvida sobre as empresas pesquisadas.

Portanto, o presente estudo baseou-se nas fontes bibliográficas, mais especificamente, nos sites das empresas pesquisadas, com o intuito de coletar informações fidedignas a respeito do perfil de cada uma das ações sustentáveis desenvolvidas, a fim de levantar seus dados específicos por meio da montagem do referencial teórico utilizado, cujo conteúdo serviu para embasar a produção da conclusão, análises, avaliações e sugestões, apresentadas na parte final do presente estudo.

Cabe colocar que na fase do levantamento de dados a pesquisa bibliográfica foi realizado um estudo nos seus respectivos sites, desenvolvido nos meses de março e abril de 2016, sobre o perfil das empresas pesquisadas.

## 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 3.1 EXEMPLO DE UMA DAS AÇÕES SUSTENTÁVEIS DESENVOLVIDA PELA AKZONOBEL

#### QUADRO I – Eco eficiência e soluções eco Premium

|        |                                       |
|--------|---------------------------------------|
| TÍTULO | ECO EFICIÊNCIA E SOLUÇÕES ECO PREMIUM |
|--------|---------------------------------------|

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Setor Responsável</b>     | Gerenciamento de Saúde; de Segurança; Ambiental e de Proteção   |
| <b>Tempo de Atuação</b>      | Desde 2005  |
| <b>Objetivo</b>              | Garantia de que os produtos sejam desenvolvidos, produzidos e comercializados em conformidade com os requisitos legais, de uma forma a apoiar a abordagem de sustentabilidade de longo prazo.                   |
| <b>Público Alvo</b>          | Sociedade, clientes, colaboradores e acionistas.  |
| <b>Principais Atividades</b> | Fabricação de produtos, aplicação de atividades ou processos mais eco eficientes que os anteriores.   |
| <b>Principais Resultados</b> | Proteção do meio ambiente, minimização do impacto ambiental por meio de atividades e produtos eco eficientes. Desenvolvimento de um projeto de fabricação, distribuição e utilização das práticas sustentáveis. |

**FONTE:** Adaptado de <<https://www.akzonobel.com/br/sustentabilidade/>> Acesso em: 05/04/2017 - Adaptado pela autora (2017).

Quanto aos principais resultados alcançados por este projeto, percebe-se que o foco está pautado na proteção do meio ambiente, visando diminuir o impacto ambiental através da utilização de práticas sustentáveis.

Leal (s/d) coloca que a implementação de práticas eco eficientes é um processo de melhoria contínua, e para tal deve-se sempre ter em mente os limites e capacidades de um sistema resistir aos diferentes tipos de impactos ambientais. Além disso, a eco eficiência se alcança pela entrega de produtos e serviços com preços competitivos que satisfaçam as necessidades humanas e melhorem a qualidade de vida, ao mesmo tempo em que seus impactos ecológicos são reduzidos a um nível equivalente à capacidade de carga do planeta.

### 3.2 EXEMPLO DE DUAS AÇÕES SUSTENTÁVEIS DESENVOLVIDAS PELA GERDAU

#### QUADRO II - Gerdau Germinar

| TÍTULO                       | GERDAU GERMINAR   |
|------------------------------|---|
| <b>Setor responsável</b>     | Área de Meio Ambiente   |
| <b>Tempo de atuação</b>      | Desde 1990  |
| <b>Objetivo</b>              | Praticar a educação e a conservação ambiental, forçando o compromisso da empresa com o desenvolvimento sustentável das regiões onde atua.   |
| <b>Público Alvo</b>          | Meio ambiente   |
| <b>Principais Atividades</b> | Além de cursos para educadores também oferece oportunidades de visitas técnicas, eventos palestras e projetos socioambientais nas escolas.  |
| <b>Principais Resultados</b> | A Empresa economiza cerca de R\$ 5 milhões em matéria prima. O uso do coproduto é benéfico para todos. Ganha quem gera o insumo pela destinação sustentável e causa a melhoria da eficiência de seu processo. |

**FONTE:** Adaptado de <<https://www.gerdau.com/br/pt/meio-ambiente-e-responsabilidade-social/meio-ambiente>> Acesso em: 05/04/17 - Adaptado pela autora (2017).

Percebe-se que por meio deste programa todos ganham tanto a empresa e o meio ambiente. Leal (s/d) coloca que o paradigma da sustentabilidade é orgânico, holístico e sistêmico, onde a natureza é entendida como um conjunto de sistemas inter relacionados, de modo que os seres humanos sejam vistos como sendo inseparáveis dos ecossistemas, em uma relação de profunda sinergia. O autor ainda coloca que a sustentabilidade exige ainda, uma postura preventiva, de modo a maximizar os aspectos positivos e minimizar os impactos e os efeitos negativos de qualquer empreendimento.

### QUADRO III - Gerdau coprodutos

| TÍTULO                       | GERDAU COPRODUTOS  |
|------------------------------|--|
| <b>Setor Responsável</b>     | Diminuição de custos com matérias-primas, e o meio ambiente  |
| <b>Tempo de Atuação</b>      | Desde 2012   |
| <b>Objetivo</b>              | Reduzir o consumo da empresa de 30% a 50% de matéria prima, além de reduzir o consumo de energia e a emissão de gás carbônico  |
| <b>Público Alvo</b>          | Meio ambiente  |
| <b>Principais Atividades</b> | Os materiais são uma alternativa sustentável para o processo produtivo da indústria da construção civil, cimenteira e de cerâmicas, que os utilizam na construção de estradas                        |
| <b>Principais Resultados</b> | A Empresa economiza cerca de R\$ 5 milhões em matéria prima. O uso do coproduto é benéfico para todos. Ganha quem gera o insumo pela destinação sustentável e melhoria da eficiência de seu processo |

**FONTE:** Adaptado de: < <https://www.gerdau.com/br/pt/meio-ambiente-e-responsabilidade-social/meio-ambiente>> Acesso em: 05/04/17 - Adaptado pela autora (2017).

Quanto aos principais resultados alcançados observa-se que a empresa faz uma economia significativa com o gasto de matéria prima. O empenho na aplicação de práticas mais sustentáveis merece reconhecimento, pois ele tem levado a administração das empresas a outro patamar. Mas ainda é preciso muito mais empenho para que a sustentabilidade não se limite apenas à propaganda e a promessas utópicas. Afinal, o objetivo principal precisa ser atingido, desde a educação da sociedade até a eficácia e ética das empresas ao redor do mundo (GOMES, 2011).

### 3.3 EXEMPLO DE DUAS DAS AÇÕES SUSTETÁVEIS DESENVOLVIDAS PELO BANCO ITAÚ

#### QUADRO IV – Eco mudança

| TÍTULO                   | ECO MUDANÇA  |
|--------------------------|--|
| <b>Setor Responsável</b> | Organizações Não Governamentais, Fundações, Cooperativas, Associações e Movimentos Sociais |
| <b>Tempo de Atuação</b>  | Desde 2009   |

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Objetivo</b>              | Reverter 30% da sua taxa de administração para organizações responsáveis por projetos focados na redução de emissões de gases causadores do efeito estufa  |
| <b>Público Alvo</b>          | Sociedade  |
| <b>Principais Atividades</b> | Apoiar iniciativas inovadoras, de impacto positivo e transformador nas seguintes modalidades: Eficiência Hídrica; Manejo de Resíduos, Floresta, Agricultura, Energia Renovável, Eficiência Energética, e Mobilidade                    |
| <b>Principais Resultados</b> | Foram gerados mais de 3.700 MWh de energia limpa ; reflorestaram mais de 200 hectares com espécies nativas. Favoreceu cerca de 760 famílias; 339 famílias tiveram um aumento de mais de 10% na renda e gerou 141 empregos temporários. |

**FONTE:** Adaptado de: <<https://www.italu.com.br/sustentabilidade/>> Acesso em: 05/04/17 - Adaptado pela autora (2017).

Pode-se observar com relação aos principais resultados alcançados nota-se a existência de uma ação significativa de reflorestamento, auxílio prestado a inúmeras famílias e geração de empregos (ação fundamental em um país em crise). Enfim, por meio destes dados é possível comprovar o vínculo direto do programa Eco mudança com a questão da preservação ambiental, além de todos os benefícios gerados para a sociedade como um todo.

#### QUADRO V - Bike Rio

| <b>TÍTULO</b>                | <b>BIKE RIO</b>  |
|------------------------------|--|
| <b>Setor Responsável</b>     | Prefeitura Rio; Concessionária Serttel e Banco Itaú  |
| <b>Tempo de Atuação</b>      | Não mencionado.  |
| <b>Objetivo</b>              | Introduzir a bicicleta como modal de Transporte Público saudável e não poluente. Combater o sedentarismo da população e promover a prática de hábitos saudáveis  |
| <b>Público Alvo</b>          | Sociedade  |
| <b>Principais Atividades</b> | Oferecimento à cidade de um transporte sustentável   |
| <b>Principais Resultados</b> | As pessoas que optaram por pedalar mantiveram o condicionamento físico e reduziram seus níveis de estresse<br>. Eles apontam ainda que o uso da bicicleta diminui a poluição, evita a ocupação de áreas centrais por estacionamentos e reduz os engarrafamentos. E ainda estimula uma saudável convivência com o espaço público, contribuindo para a qualidade de vida e a humanização das cidades |

**FONTE:** Adaptado de <<https://www.italu.com.br/sustentabilidade/>> Acesso em: 05/04/17 - Adaptado pelos autores (2017).

Pode-se observar com relação aos principais resultados obtidos, a melhoria do condicionamento físico e a redução dos níveis de estresse dos usuários, assim como, a contribuição para a diminuição da poluição que colabora de maneira decisiva para a preservação do meio ambiente e para o aumento da qualidade de vida urbana.

Para Bolzan; Herrera (2012) a reflexão sobre o tema sustentabilidade vem crescendo e se tornando muito importante no cenário mundial, devido à necessidade de preservação do meio ambiente. Assim sendo, considera-se que esse programa é mais uma forma que as

grandes organizações encontram para se posicionarem com relação ao desenvolvimento sustentável, visando gerar benefícios ao meio ambiente e apresentando o uso de transportes alternativos como casos reais de viabilizar a sustentabilidade nas organizações, como forma de diminuir seus impactos em competitividade e lucros das empresas.

### 3.4 EXEMPLO DE DUAS AÇÕES SUSTENTÁVEIS DESENVOLVIDAS PELA PETROBRAS DISTRIBUBUÍDORA

#### QUADRO VI – Postos com energia alternativa e redução de consumo de água

| TÍTULO                       | POSTOS COM ENERGIA ALTERNATIVA E REDUÇÃO DE CONSUMO DE ÁGUA  |
|------------------------------|--|
| <b>Setor Responsável</b>     | Gerência de Desenvolvimento e Imagem   |
| <b>Tempo de atuação</b>      | Desde 2001   |
| <b>Objetivo</b>              | Usar energias renováveis nos postos de serviço e aproveitamento da água de chuva   |
| <b>Público Alvo</b>          | Revendedores, clientes e meio ambiente   |
| <b>Principais Atividades</b> | Preservação ambiental em posto de serviços   |
| <b>Principais Resultados</b> | Benefícios para a sociedade. Por meio dessa ação a empresa ganhou o prêmio Top de Ecologia da Associação de Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil |

**FONTE:** Adaptado de

<<http://www.br.com.br/wps/portal/portalconteudo/meioambienteesociedade/responsabilidadesocial>> Acesso em: 05/04/2017 - Adaptado pela autora (2017).

Silva (2011) nos alerta que o desempenho passado do setor empresarial no Brasil é caracterizado por relativa negligência acerca do tema ambiental. Isto faz com que este se apresente como um dos responsáveis por grande parte dos problemas ambientais. No entanto, em uma nova perspectiva, espera-se que a melhoria ambiental leve a ganhos de competitividade em nível corporativo. E assim, observa-se que as empresas com maior abrangência, visibilidade e inserção internacional são aquelas que mais se preocupam com a questão ambiental, assim como é o caso da Petrobras.

#### QUADRO VII - Transporte Eco Eficiente

| TÍTULO                       | TRANSPORTE ECO EFICIENTE  |
|------------------------------|---|
| <b>Setor Responsável</b>     | Diretoria de Logística  |
| <b>Tempo de Atuação</b>      | 2013/2014   |
| <b>Objetivo</b>              | Reduzir o consumo de energia e as emissões de gases ocasionadores do efeito estufa no transporte dos produtos da empresa  |
| <b>Público Alvo</b>          | Sociedade   |
| <b>Principais Atividades</b> | Renovação de frota em 15%; ocorreu o transporte de mais combustível com menos veículos, ampliação de dutos nos aeroportos |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Principais Resultados</b> | Redução de 63 mil toneladas de emissão de CO <sub>2</sub> , redução de 23.000 m <sup>3</sup> de combustível |
|------------------------------|---|

**FONTE:** Adaptado de

<<http://www.br.com.br/wps/portal/portalconteudo/meioambienteesociedade/responsabilidadesocial>> Acesso em: 05/04/2017 - Adaptado pelos autores (2017).

Quanto aos principais resultados alcançados ocorreu a redução de emissão de toneladas de CO<sub>2</sub> e de combustível, resultando em uma economia bem significativa para a empresa, além dos ganhos positivos com relação ao meio ambiente. Silva e Quelhas (2006) acreditam que investir na *performance* ambiental e social da empresa pode melhorar a sua eficiência operacional, ou gerar novas oportunidades de mercado.

### 3.5 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Após levantamento realizado nos sites das empresas que compuseram o presente estudo e, em atendimento ao objetivo central que visou realizar um levantamento bibliográfico sobre algumas as ações sustentáveis, desenvolvidas pelas empresas pesquisadas, destacam-se os principais resultados obtidos pelas referidas organizações: geração de energia limpa; reflorestamento de 200 hectares com espécies nativas; favorecimento de cerca de 760 famílias; aumento de mais de 10% na renda 339 famílias; geração de 141 empregos temporários; o uso de bicicleta como transporte alternativo proporcionou: melhorias no condicionamento físico; redução dos níveis de estresse; diminuição da poluição; eliminação da ocupação de áreas centrais por estacionamentos; redução de engarrafamentos; estímulo de uma convivência mais saudável com o espaço público; aumento da qualidade de vida e humanização das cidades; economia significativa de matéria prima; uso do coproduto como benéfico para todos que fazem parte da cadeia produtiva; geração de insumo pela destinação sustentável; melhoria da eficiência de processo; benefícios gerados para a sociedade; ganho de prêmios; redução de toneladas de emissão de CO<sub>2</sub>; redução de gastos de combustível; proteção do meio ambiente; minimização do impacto ambiental por meio de atividades e produtos eco eficientes; desenvolvimento de um projeto de fabricação, distribuição e utilização de produtos sustentáveis.

Com base nos inúmeros resultados listados, acima, é possível observar as inúmeras vantagens geradas pelos programas pesquisados, focados em ações sustentáveis, beneficiando tanto o público alvo, o meio ambiente e as próprias empresas.

Cabe lembrar que, segundo Leal (s/d) a ecoeficiência exige que as empresas tracem estratégias de gestão ambiental preventiva, que integrem aspectos ambientais ao ciclo de vida de seus produtos e serviços, relacionando a excelência ambiental com a empresarial. Desta forma, a implementação da ecoeficiência, como instrumento de gestão na empresa, deve seguir algumas práticas básicas, tais como a redução de: consumo de materiais com bens e serviços; consumo de energia com bens e serviços; emissão de substâncias tóxicas; intensificação da reciclagem de materiais; maximização do uso sustentável de recursos renováveis; prolongamento da durabilidade dos produtos; agregação de valor aos bens e serviços.

Por meio das indicações do autor, em comparação com os resultados obtidos pelo presente estudo bibliográfico, é possível observar que a aplicação prática de programas focados nas ações sustentáveis permite o alcance de resultados bem semelhantes àqueles indicados pelo autor.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Percebe-se que, assim como nos indicam os autores aqui referendados, que as organizações pesquisadas para se manterem competitivas, buscam constantemente atender aos seus clientes, que estão cada vez mais exigentes não apenas com os produtos adquiridos, mas também com o impacto causado pela produção. Portanto, por meio dos programas pesquisados, foi possível observar que as empresas estão buscando se adequar as exigências ambientais, ao incentivar o desenvolvimento de diversas ações sustentáveis.

E, em meio a tantas mudanças trazidas pela introdução da gestão ambiental nas organizações, segundo os autores do referencial teórico, identificou-se que as empresas pesquisadas consideram que o custo não é o maior impacto desta implantação, pelo contrário, elas demonstram estar cientes que, na verdade, estão sendo beneficiadas com a redução de custo, além de outras grandes oportunidades, descritas no item anterior, que surgem com as práticas ambientais que estão implementando por meio dos programas aqui apresentados.

Neste sentido, considera-se que as empresas pesquisadas têm o desafio de encontrar, constantemente, formas para disseminar as informações das diferentes ações sustentáveis desenvolvidas. Quanto ao desenvolvimento de produtos, considerados sustentáveis, observou-se por meio do presente levantamento bibliográfico que as empresas pesquisadas estão cada dia mais alinhadas com a sustentabilidade ambiental. Por tudo isso, considera-se ainda que a

decisão pela implantação e manutenção dos programas pesquisados torna-se fundamental para o crescimento das referidas empresas.

Ao longo deste trabalho foram apresentadas algumas características de programas sustentáveis que serviram para comprovar o processo de transformação pelo qual as empresas pesquisadas estão passando, de modo a alterar a sua forma gerencial tradicional, baseada em premissas puramente econômicas, para se posicionarem no futuro mercado como uma organização sustentável.

O presente estudo partiu da hipótese de que a adoção de técnicas de ecoeficiência e práticas de sustentabilidade, como ferramentas de gestão, fortalecem o caminho a ser construído pelas organizações. E, por meio do levantamento de alguns dos programas desenvolvidos pelas empresas pesquisadas, foi possível comprovar que essas ações ajudam a promover, de fato, a gestão sustentável dos processos produtivos, desde as etapas de consumo de matéria prima e de insumos, até a destinação dos resíduos provenientes de seus produtos e serviços, e de sua inserção social.

Considera-se que o levantamento realizado também permitiu identificar que, paralelamente aos caminhos e ferramentas utilizados pelas referidas empresas, estão as ações sustentáveis que são fundamentais para confirmar o nível de comprometimento com a sustentabilidade, cabendo a realização de novos estudos que possam levantar novos indicadores de sustentabilidade, que permitam quantificar e acompanhar a evolução do grau de envolvimento dessas organizações com o desenvolvimento sustentável.

Como se pode concluir, por meio do estudo realizado, o conceito de desenvolvimento sustentável está intimamente ligado às dimensões ambientais, econômicas e sociais, e todas as empresas pesquisadas, no presente estudo que por meio dos diferentes programas desenvolvidos, caminham na direção da excelência de atuação, mantendo-se vinculadas ao conceito da sustentabilidade, via indicadores, com o objetivo de se alcançar o ponto de equilíbrio entre essas dimensões.

Pode-se observar, por fim, que as empresas pesquisadas estão atuando em segmentos altamente competitivos, dirigindo seus esforços no sentido de corrigir desperdícios, melhorar produtos e aprimorar processos. Buscando adaptar suas ações com os princípios da responsabilidade social, imposta pela necessidade de se manterem no mercado por meio do alinhamento com o desenvolvimento sustentável, como forma de absorver tal ação como uma

estratégia empresarial, visando a obtenção de maiores lucros e de garantir a melhoria da sua imagem.

## REFERÊNCIAS

BOLZAN, João Felipe Martins; HERRERA, Vânia Érica. Sustentabilidade nas organizações: Uma questão de competitividade. 2º Congresso de Pesquisa Científica : Inovação, Ética e Sustentabilidade. **Anais de Trabalhos Premiados**. 2012.

BRITTES, Antônio da Silva; et al. Os Impactos da Sustentabilidade nas Organizações e a relação com a gestão de pessoas. **Anais da VI Mostra Científica do CESUCA**. v.1, n. 6. 2012.

GERDAU. s/d. Disponível em: < <https://www.gerdau.com/br/pt/meio-ambiente-e-responsabilidade-social/meio-ambiente>> Acesso em: 05 de abril de 2017.

GOMES, Daniela. **Pesquisa: o impacto da sustentabilidade nas empresas**. 2011. Disponível em: < <http://www.sustentabilidaderesultados.com.br/pesquisa-o-impacto-da-sustentabilidade-nas-empresas/>> Acesso em: 30 de set. 2017.

LEAL, Carlos Eduardo. **A Era das Organizações Sustentáveis**. s/d. Disponível em: < <http://www.castelobranco.br/sistema/novoenfoco/files/08/04.pdf>> Acesso em: 30 de set. 2017.

MAXIMIANO, Antonio Cesar A. **Introdução à Administração**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

**Responsabilidade Social**. s/d. Disponível em:<<http://www.br.com.br/wps/portal/portalconteudo/meioambienteesociedade/responsabilidade-social>> Acesso em: 07 de mar. 2017.

SILVA, Lílian Simone Aguiar da; QUELHAS, Osvaldo Luiz Gonçalves. O impacto da sustentabilidade no custo de financiamento das Empresas. **XIII SIMPEP** - Bauru, SP, Brasil, 2006.

SILVA, Eduardo Caldeira da. O marketing verde como parte da estratégia de gestão em responsabilidade social corporativa: desempenho financeiro e gastos em sustentabilidade das empresas da primeira carteira do ISE (2005-2006). **ReFAE – Revista da Faculdade de Administração e Economia**. v. 2, n. 2, p. 18-43, 2011.

**Sustentabilidade**. s/d. O que estamos fazendo para ser uma companhia mais responsável? s/d. Disponível em:<<https://www.akzonobel.com/br/sustentabilidade/>> Acesso em: 05 de abril de 2017.

**Sustentabilidade**. s/d. Disponível em: <<https://www.italu.com.br/sustentabilidade/>> Acesso em: 05 de abril de 2017.

TOLDO, M. et al. **Responsabilidade social das empresas a contribuição das universidades**. São Paulo: Editora Fundação Peirópolis, 2002.