

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**MARGATYELLY BARBOSA CAMARA**

**SUSTENTABILIDADE APLICADA AOS NEGÓCIOS:**  
análise de empresas brasileiras classificadas como mais sustentáveis em 2017

São Luís – MA  
2018

**MARGATYELLY BARBOSA CAMARA**

**SUSTENTABILIDADE APLICADA AOS NEGÓCIOS:** análise de empresas  
brasileiras classificadas como mais sustentáveis em 2017

Monografia apresentada ao curso de administração da Universidade Estadual do Maranhão como requisito para obtenção do título de bacharel em administração.

Orientador: Prof. Dr. João Augusto Ramos e Silva

São Luís – MA

2018

Camara, Margatyelly Barbosa.

Sustentabilidade aplicada aos negócios: análise de empresas brasileiras classificadas como mais sustentáveis em 2017 / Margatyelly Barbosa Camara. – São Luís, 2018.

118 f.

Monografia (Graduação) – Curso de Administração, Universidade Estadual do Maranhão, 2018.

Orientador: Prof. Dr. João Augusto Ramos e Silva.

1. Sustentabilidade. 2. Negócios. 3. Empresas brasileiras.  
4. Sustentáveis. I. Título.

CDU 658:502.14(81)

**MARGATYELLY BARBOSA CAMARA**

**SUSTENTABILIDADE APLICADA AOS NEGÓCIOS:**

análise de empresas brasileiras classificadas como mais sustentáveis em 2017

Monografia apresentada ao curso de administração da Universidade Estadual do Maranhão como requisito para obtenção do título de bacharel em administração.

Orientador: Prof. Dr. João Augusto Ramos e Silva

Aprovado em \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. João Augusto Ramos e Silva (orientador)  
Docente UEMA

---

1º Examinador

---

2º Examinador

Dedico este trabalho a Deus, por ser essencial em minha vida, autor do meu destino, meu guia e socorro presente na hora da angústia.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus pela vida e pela força a mim concedida para que pudesse chegar até aqui.

À minha família por todo incentivo, apoio moral, motivação, pelas orações que se fizeram imprescindíveis para essa conquista, principalmente por sua dedicação e amor, sem os quais nada teria sentido.

Aos professores que contribuíram significativamente com seus conhecimentos, dados técnicos, sugestões e principalmente com incentivo diário e injeções de energia para que este momento se tornasse realidade.

Aos meus colegas de turma, pela amizade, pelo companheirismo e pelos diversos momentos de descontração que vivemos durante todos esses anos.

À UEMA, pela oportunidade de crescimento e por torna-me uma profissional disposta a atuar em muitas áreas da Administração.

Ao meu orientador, o Professor Dr. João Augusto Ramos e Silva, pelo suporte acadêmico para conclusão da monografia.

Aos meus amigos de modo geral, assim como todos que estiveram ao meu lado e que sempre me incentivam a conquistar os meus sonhos.

Finalmente, a todos aqueles que direta ou indiretamente contribuíram para que eu chegasse aonde cheguei.

Semear ideias ecológicas e plantar sustentabilidade é ter a garantia de colhermos um futuro fértil e consciente.

Sivaldo Filho

## RESUMO

Sustentabilidade aplicada aos negócios: análise de empresas brasileiras classificadas como mais sustentáveis em 2017 objetiva apresentar e analisar as práticas de sustentabilidade implementadas pelas empresas, publicada na revista Guia Exame de Sustentabilidade de 2017, com o intento de viabilizar a proposta de gestão dessas organizações para desenvolvimento sustentável, social e econômico das organizações. Para tanto, esse estudo levantou uma análise sobre as principais práticas de gestão executadas pelas empresas eleitas como mais sustentável na avaliação da revista, proporcionando uma visão ampla do procedimento, avaliada pelas empresas e seus resultados organizacionais e sociais. Nesse contexto, caracteriza-se o trabalho como pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa, método dedutivo e por meio da adoção de procedimentos de pesquisa documental e bibliográfica.

Palavras-Chave: Sustentabilidade. Negócios. Empresas brasileiras. Práticas sustentáveis.

## **ABSTRACT**

Sustainability applied to business: analysis of Brazilian companies classified as more sustainable in 2017, aims to present and analyze sustainability practices implemented by companies, published in the magazine Guia Exam in Sustainability 2017, with the aim of making feasible the management proposal of these organizations for sustainable development, social and economic development of organizations. In order to do so, this study analyzed the main management practices performed by elected companies as more sustainable in the evaluation of the journal, providing a broad view of the procedure evaluated by the companies and their organizational and social results. In this context, the work is characterized as descriptive research, with qualitative approach, deductive method and through the adoption of documentary and bibliographic research procedures.

**Keywords:** Sustainability. Business. Brazilian companies. Sustainable practices.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Triângulo equilátero de base do desenvolvimento sustentável .....	20
Quadro 1 - As 75 empresas mais sustentáveis de 2017 .....	92
Quadro 2 - As práticas sustentáveis aplicadas pelas empresas de 2017 .....	95
Quadro 3 - As empresas mais sustentáveis por categoria .....	106
Gráfico 1 - Desempenho das empresas nas dimensões geral, econômica, social e ambiental .....	104
Gráfico 2 - As empresas mais sustentáveis por categoria dentro dos dez indicadores chaves .....	105

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CONAMA	Conselho Nacional do Meio Ambiente
CAR	Cadastro Ambiental Rural
EA	Educação Ambiental
ONU	Organizações das Nações Unidas
ONGs	Organização não Governamental
PCN	Parâmetros Curriculares Nacionais
PNSB	Pesquisa Nacional de Saneamento Básicos
PGRS	Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos
PME	Pequenas e Médias Empresas
RSU	Resíduos Sólidos Urbanos
SGA	Sistema de Gestão Ambiental
SI	Sistema de Informação
SIG	Sistema Integrado de Gestão
TBL	<i>Triple Bottom Line</i>

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	14
<b>2 SUSTENTABILIDADE NO CONTEXTO DOS NEGÓCIOS</b> .....	17
2.1 Gestão de sustentabilidade .....	19
2.2 Gerenciamento ambiental .....	21
2.3 Valoração econômica de recursos ambientais .....	23
<b>3 GESTÃO AMBIENTAL</b> .....	26
3.1 Direitos humanos .....	28
3.2 Ética e transparência .....	29
3.3 Gestão da água .....	30
3.4 Gestão da Biodiversidade .....	31
3.5 Gestão de Fornecedores .....	33
3.6 Gestão de Resíduos .....	34
3.7 Governança da Sustentabilidade .....	36
3.8 Mudanças Climáticas .....	38
3.9 Relação com a Comunidade .....	39
3.10 Relação com Clientes .....	40
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	43
4.1 Tipo de pesquisa .....	43
4.2 Local da pesquisa .....	43
4.3 Universo e amostra .....	44
4.4 Coleta de dados .....	44
4.5 Tratamento dos dados .....	44
4.5.1 Questionário dimensão geral 2017 .....	44
4.5.2 Questionário dimensão econômica 2017 .....	45
4.5.3 Questionário dimensão ambiental 2017 .....	46
4.5.4 Questionário dimensão social 2017 .....	47
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	50
<b>5.1 Características das empresas brasileiras classificadas como mais sustentáveis de 2017</b> .....	50
5.1.1 Agronegócio – RAIZEN .....	50
5.1.2 Agronegócio – BUNGE .....	51
5.1.3 Agronegócio – CARGILL .....	51

5.1.4 Agronegócio – USINA CORURIFE .....	52
5.1.5 Auto Indústria – GRUPO VOLVO.....	53
5.1.6 Auto Indústria – BATERIAS MOURA .....	53
5.1.7 Bens de Capital – WEG.....	54
5.1.8 Bens de Capital– AERIS (pme) .....	54
5.1.9 Bens de Capital – TETRA PAK .....	55
5.1.10 Bens de Consumo – NATURA .....	56
5.1.11 Bens de Consumo – AMBEV .....	57
5.1.12 Bens de Consumo – AVON.....	57
5.1.13 Bens de Consumo – GRUPO BOTICÁRIO .....	58
5.1.14 Bens de Consumo – COCA- COLA.....	58
5.1.15 Bens de Consumo – L’OREAL .....	59
5.1.16 Bens de Consumo – NESTLÉ .....	60
5.1.17 Bens de Consumo – UNILEVER .....	60
5.1.18 Bens de Consumo – ZANZINI (pme).....	61
5.1.19 Construção Civil – NEWINC (pme) .....	61
5.1.20 Construção Civil – PRECON ENGENHARIA (pme) .....	62
5.1.21 Construção Civil – MRV .....	62
5.1.22 Eletro Eletrônicos – WHIRLPOOL.....	63
5.1.23 Eletro Eletrônicos – EMBRACO .....	63
5.1.24 Eletro Eletrônicos – HP .....	64
5.1.25 Eletro Eletrônicos – SIEMENS .....	64
5.1.26 Eletro Eletrônicos – SCHNEIDER ELETIC .....	65
5.1.27 Energia – EDP.....	65
5.1.28 Energia – AES BRASIL .....	66
5.1.29 Energia – CPFL.....	67
5.1.30 Energia – ELEKTRO .....	67
5.1.31 Energia – ENEL.....	68
5.1.32 Energia – ENGIE.....	68
5.1.33 Energia – LIGHT .....	69
5.1.34 Farmacêutico – MERCK.....	70
5.1.35 Farmacêutico – ARENALES (pme) .....	70
5.1.36 Farmacêutico – NOVARTIS .....	71
5.1.37 Farmacêutico – ROCHE.....	71

5.1.38 Hotelaria – GRUPO CATARATAS (pme) .....	72
5.1.39 Hotelaria – GRUPO RIO QUENTE (pme) .....	72
5.1.40 Infraestrutura – ECORODOVIAS .....	73
5.1.41 Infraestrutura – GRUPO CCR .....	73
5.1.42 Infraestrutura – SANTOS BRASIL.....	74
5.1.43 Instituições Financeiras – GRUPO BB E MAPFRE.....	75
5.1.44 Instituições Financeiras – BRADESCO .....	75
5.1.45 Instituições Financeiras – ITAÚ UNIBANCO .....	76
5.1.46 Instituições Financeiras – SANTANDER.....	76
5.1.47 Material de Construção – DURATEX .....	77
5.1.48 Material de Construção – MASISA.....	77
5.1.49 Mineração, Siderúrgica e Metalúrgica – NEXA .....	78
5.1.50 Mineração, Siderúrgica e Metalúrgica – ALCOA .....	78
5.1.51 Mineração, Siderúrgica e Metalúrgica – APERAM .....	79
5.1.52 Mineração, Siderúrgica e Metalúrgica – ARCELORMITTAL .....	79
5.1.53 Mineração, Siderúrgica e Metalúrgica – NOVELIS.....	80
5.1.54 Papel e Celulose – KLABIN.....	80
5.1.55 Papel e Celulose – FIBRIA.....	80
5.1.56 Químico – BASF.....	81
5.1.57 Químico – BERACA .....	81
5.1.58 Químico – CLARIANT .....	82
5.1.59 Químico – DOW .....	82
5.1.60 Químico – LWART (pme) .....	83
5.1.61 Químico – FIRMENICH .....	83
5.1.62 Químico – WHITE MARTINS .....	84
5.1.63 Saúde – SABIN .....	85
5.1.64 Saúde –CENTRAL NACIONAL UNIMED .....	85
5.1.65 Saúde – GRUPO FLEURY.....	86
5.1.66 Saúde – HOSPITAL ALBERT EINSTEIN .....	86
5.1.67 Saúde – HOSPITAL SÍRIO LIBANÊS.....	87
5.1.68 Saúde – UNITEDHEALTH.....	88
5.1.69 Consultoria, Gestão e TI – EY.....	88
5.1.70 Consultoria, Gestão e TI – IBM .....	89
5.1.71 Consultoria, Gestão e TI – VERDE GHAIA (pme).....	89

5.1.72 Telecomunicações – ALGAR TELECOM .....	90
5.1.73 Varejo – LOJAS RENNER.....	90
5.1.74 Varejo – COPAGAZ .....	91
5.1.75 Varejo – ULTRA .....	91
<b>5.2 Análise de desempenho das empresas nas dimensões geral, econômica, social e ambiental.....</b>	<b>100</b>
5.2.1 Dimensão geral .....	100
5.2.2 Dimensão Econômica.....	100
5.2.3 Dimensão Social .....	101
5.2.4 Dimensão Ambiental .....	102
<b>5.3 As mais sustentáveis por categoria dentro dos dez indicadores chaves ..</b>	<b>106</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>110</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>113</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A questão ambiental vem sendo amplamente debatida em órgãos governamentais e não governamentais. À medida que a humanidade aumenta sua capacidade de intervir na natureza para satisfação de necessidades de matéria prima, surgem tensões e conflitos quanto ao uso do espaço e dos recursos em virtude da tecnologia disponível.

Nos últimos séculos, após a Revolução Industrial, um modelo de civilização se impôs, utilizando a industrialização com sua forma de produção e organização do trabalho, além da urbanização com um processo de concentração populacional nas cidades. Com os avanços da tecnologia, a exploração dos recursos naturais passou a ser feita de forma intensa. Algumas das consequências indesejáveis desse tipo de ação humana são, por exemplo, o esgotamento do solo, a contaminação da água e resíduos nos centros urbanos.

À medida que tal modelo de desenvolvimento evoluiu, provocou efeitos negativos surgindo debates, manifestações e movimentos que refletiam a consciência da população e das empresas para o uso dos recursos do meio ambiente. Entretanto, como em todas as mudanças, os investimentos em sustentabilidade têm sido vistos por muitas empresas como uma oportunidade de negócio.

A imagem de empresa ambientalmente responsável nunca foi tão importante. Certificações e selos verdes surgiram para classificar as empresas e muitas negociações apenas são concretizadas mediante a apresentação destes. A obtenção dos certificados e selos requer mudanças na forma de produção e demais procedimentos, aquela empresa que os conseguir é bem vista no mercado.

A sustentabilidade não é algo simples ou apenas voltado para a conservação do meio ambiente. Elementos econômicos, sociais e ambientais estão envolvidos e algumas vezes o custo da transformação não é entendido como investimento.

Nesse contexto, visa-se buscar respostas para estes e outros questionamentos através de uma pesquisa documental na revista Guia Exame de Sustentabilidade de 2017, publicado pela revista exame edição nº 1150. Com isso, espera-se identificar o que as empresas estão fazendo para serem mais

sustentáveis e quais são as práticas de sustentabilidade implementadas pelas empresas brasileiras classificadas como mais sustentáveis em 2017.

Buscou-se como objeto de estudo a revista Guia Exame de Sustentabilidade, edição de novembro de 2017. Em sua mais recente edição, 75(setenta e cinco) empresas foram selecionadas, divididas em 19 setores, cada um com um destaque especial.

Foram também escolhidos destaques em dez temas: direitos humanos, ética e transparência, gestão da água, gestão da biodiversidade, gestão de fornecedores, gestão de resíduos, governança da sustentabilidade, mudanças climáticas (inclui gestão de energia), relação com a comunidade e relação com clientes. Por fim, a redação da revista Exame selecionou uma empresa para receber o prêmio de Empresa Sustentável do Ano.

O estudo justifica-se pela importância e necessidade de práticas sustentáveis utilizadas pelas empresas, especificamente por ter um significado muito grande no meio social e ambiental, pois, o planeta encontra-se cheio de degradações causadas pela conduta e em consequências das ações do homem, principalmente pela grande necessidade de consumo desenfreado da sociedade e por demanda de produtos prejudiciais ao meio ambiente.

Considerando a relevância do tema abordado, apresentam-se como problema da pesquisa os seguintes questionamentos: será possível transformar a empresa em um negócio sustentável? vale realmente a pena fazer isso? e quais as ações de sustentabilidade que as empresas estão utilizando no Brasil?

Tais questionamentos requerem 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 apresentar e analisar as práticas de sustentabilidade implementadas pelas empresas brasileiras classificadas como as mais sustentáveis no ano de 2017, publicada na revista Guia Exame de Sustentabilidade de 2017.

Todavia, para que se chegasse ao objetivo geral dessa pesquisa alguns objetivos específicos foram traçados: descrever as empresas, seu funcionamento e estrutura; identificar práticas sustentáveis que as empresas estão realizando; citar a empresa que mais evidenciou suas práticas ambientais no ano de 2017 e concluir com a apresentação dos resultados e discussões dos dados pesquisados.

Este trabalho terá a estrutura dividida em seis capítulos. Inicia-se com a introdução, na qual faz uma contextualização do tema proposto. O segundo capítulo apresenta um entendimento acerca da sustentabilidade no contexto social, ambiental e da valorização econômica de recursos ambientais. No terceiro capítulo constata-se a discussão da gestão ambiental e faz-se um breve resumo das dez categorias avaliadas pelo guia Exame de Sustentabilidade. Logo em seguida, apresenta-se a metodologia aplicada neste estudo e no quinto capítulo têm-se a apresentação dos dados e análise dos resultados advindos da pesquisa. Por último, no sexto capítulo se fazem as considerações finais, conclusões acerca do assunto pesquisado.

## 2 SUSTENTABILIDADE NO CONTEXTO DOS NEGÓCIOS

A temática da sustentabilidade é bastante atual e presente, não apenas no cotidiano das pessoas, mas também nas operações de várias organizações empresariais. “O termo desenvolvimento sustentável está estampado nas manchetes das revistas, jornais, no conteúdo de cursos, está na pauta dos noticiários do rádio e da TV [...]” (NASCIMENTO, 2012, p. 35).

O mundo está mudando, graves alterações climáticas têm gerado fenômenos que afetam o meio ambiente, a sociedade e a economia. Com o advento da globalização, pequenas, médias e grandes empresas não podem ficar alheias a essa conjuntura e devem, dentro de suas possibilidades, implantar mudanças que ajudem a eliminar ou diminuir os impactos diretos e indiretos causados por suas atividades no espaço onde estão inseridas.

Ao conjunto formado por essas mudanças, dá-se o nome de gestão ambiental.

A gestão ambiental visa ordenar as atividades humanas para que estas originem o menor impacto possível sobre o meio. Esta organização vai desde a escolha das melhores técnicas até o cumprimento da legislação e alocação correta dos recursos humanos e financeiros (BRUNS, 2012, p. 43).

A busca por esse novo padrão de comportamento tornou-se mais uma estratégia de destaque em um mercado cada vez mais competitivo. A imagem de empresa sustentável nunca foi tão relevante. Várias certificações foram criadas e as organizações viram-se obrigadas a realizar diversas modificações em suas matrizes de produção para obtê-las.

[...] no meio empresarial, a questão ambiental não é vista apenas como uma forma de atender às exigências legais, passando a ser considerada como fator de competitividade, conquista de mercado e manutenção, em médio e longo prazo, da produção (NASCIMENTO, 2012, p. 21).

Isso causa efeitos diretos e indiretos na cadeia produtiva que, por sua vez, representa um sistema macro, composto por diversas empresas e cada uma delas sistemas menores. Toda organização empresarial é um sistema. Segundo Ribeiro (2016, p. 148), sistema representa “[...] um conjunto de elementos interagentes e interdependentes, cada qual com sua função específica, que

trabalham em sintonia para atingir determinado objetivo comum”. O objetivo em questão deve ser a gestão sustentável.

Sob a luz da teoria sistêmica, depreende-se que as empresas não são sistemas isolados, pois recebem influência dos clientes, fornecedores, do ambiente e de outros fatores. Tudo isso faz parte de um grande sistema chamado sociedade. No atual momento econômico vivido pelo país, é necessário que haja interação entre as diversas organizações a fim de promover troca de informações, experiências e desenvolvimento.

Um dos fatores mais importantes para o sucesso da organização será a sua capacidade de interagir com o ambiente e produzir respostas rápidas às constantes mudanças ambientais; quanto maior a interação entre os fatores mais fácil será sua adaptação (RIBEIRO, 2016, p. 148).

A adoção de um modelo econômico e social sustentável dependerá da vontade organizacional de tornar isso um objetivo a ser alcançado. Todos os envolvidos precisam estar convencidos da importância desta mudança na forma de operação. É o que afirma Ribeiro (2016) ao defender que:

Os objetivos devem ser estabelecidos em conjunto entre os subordinados e seus chefes, procurando harmonia entre os objetivos individuais de cada área e os objetivos gerais da empresa, evitando conflitos entre departamentos ou então que determinada área não esteja seguindo a direção desejada pela alta administração (RIBEIRO, 2016, p. 132).

Essa não é uma missão apenas das organizações, mas também de todos os indivíduos que, de alguma forma, causam impactos no meio ambiente através do consumismo e de outros comportamentos inadequados. A mudança de atitude é chamada de desenvolvimento sustentável, que para a pensadora norueguesa Gro Harlem Brundtand (1987) representa:

[...] Um processo de mudança no qual a exploração dos recursos, o direcionamento dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional estão em harmonia e reforçam o atual e futuro potencial para satisfazer as aspirações e necessidades humanas (BRUNDTAND, 1987, p. 49).

## 2.1 Gestão de sustentabilidade

A ideia de sustentabilidade começou a difundir-se à medida que crescia a consciência sobre os limites dos recursos naturais. As muitas frentes de discussão sobre o assunto enveredaram por aspectos econômicos, sociais e ambientais, como também buscaram por outras fontes alternativas de recursos, por exemplo: a energia substituindo o petróleo, acabar com o desmatamento de florestas para evitar a sua extinção ou o exercício de uma arquitetura sustentável.

O conceito de gestão de sustentabilidade tem marcado o ritmo das preocupações mundiais, sobretudo através das Nações Unidas. Vale destacar o trabalho significativo que culminou com a Conferência das Nações Unidas para o Ambiente e Desenvolvimento, realizada no Brasil, na cidade do Rio de Janeiro em 1992, denominada Rio 92 e conhecida também por Eco - 92. No decurso dos trabalhos, foi elaborado um documento de ação fundamental designado por Agenda 21 (FRANCO, 2013).

Este conceito é representado sob a forma de um triângulo equilátero (Figura 1), para sugerir a inerente procura de equilíbrio ao longo do tempo, entre objetivos econômicos, sociais e ambientais.

A tripla linha de base da sustentabilidade de todas as políticas setoriais e de qualquer atividade de gestão tem vindo a ser crescentemente utilizada para descrever o Desenvolvimento Sustentável no contexto de povos ou empresas de qualquer setor de atividade, com base na gestão integrada e tanto possível equilibrada, dos diversos tipos de capital indispensável ao fornecimento de bens e serviços: “Capital financeiro: linha de base econômica, Capital humano: linha de base social, Capital natural: linha de base ecológica” (COLOMBO, 2005, p. 22).

Figura 1 - Triângulo equilátero de base do desenvolvimento sustentável



Fonte: Lacerda (2015)

Já a sustentabilidade dos povos e empresas é uma qualidade que, por seu lado, pode precisamente entender-se como o resultado da otimização do processo de gestão holística dos diversos tipos de capital, considerando simultaneamente como dimensões básicas do desenvolvimento, a economia, a ecologia e sociedade, a que se deve juntar a dimensão institucional. É, por assim dizer, a capacidade de continuidade no tempo criada através do processo de Desenvolvimento Sustentável dos negócios.

Segundo Ribeiro e Vellani (2009), o conceito de sustentabilidade aplicado no cenário econômico dos negócios é composto por um tripé internacionalmente conhecido por *Triple Bottom Line* (TBL) que engloba a ideia de que essas três dimensões precisam interagir de maneira holística para que os resultados de uma empresa de fato lhe atribuam o título de sustentável dentro dessa lógica, o qual cada eixo equivale a um aspecto em que a organização deve praticar a sustentabilidade (figura 2).

Ribeiro e Vellani (2009), também afirmam que a integração desse tripé é o que torna um negócio sustentável, pois ao mesmo tempo em que a empresa proporciona valor aos seus acionistas, também pode fornecer educação, cultura, lazer e justiça social à comunidade do meio ambiente ao qual está integrada e ainda preservar a diversidade e vida dos ecossistemas. A sustentabilidade de uma organização só é alcançada se houver o ponto de intercessão entre as três áreas.

## 2.2 Gerenciamento ambiental

O gerenciamento ambiental se processa por meio do Sistema de Gestão Ambiental (SGA). Esse sistema pode ser utilizado por qualquer tipo de organização, tanto de serviços quanto industrial, podendo ainda ser utilizado por empresas de qualquer porte ou ramo de atividade. Ribeiro (2012) entende que o gerenciamento ambiental é um conjunto de rotinas e procedimentos que permite a uma organização administrar adequadamente as relações entre suas atividades e o meio ambiente em que elas se desenvolvem para reduzir ao máximo o impacto ambiental das atividades econômicas nos recursos da natureza. Seu objetivo é atender às imposições legais aplicáveis as várias fases dos processos para que sejam utilizados os recursos de forma racional, desde a produção até o descarte final.

Para Ferreira (2012), a gestão ambiental possui todas as variáveis de um processo de gestão, como o estabelecimento de políticas que visam diminuir os impactos ambientais, planejamento, um plano de ação, alocação de recursos, determinação de responsabilidades, decisão, coordenação, controle, entre outros, visando, principalmente, o desenvolvimento sustentável, sendo importantes para a garantia de um futuro com desenvolvimento e preservação ambiental. O SGA tem o objetivo de implementar e acompanhar atividades de proteção ambiental dentro de uma organização.

Para Costa (2014), suas diretrizes são organizar, planejar, atribuir responsabilidade para obter um melhor desempenho ambiental e prever recursos materiais e humanos para determinar procedimentos para, assim, atender a uma política ambiental e às expectativas de desempenho, que resultem em melhoria nos processos que proporcionam redução dos riscos e melhoria nos recursos. O primeiro aspecto que se pensa quando se fala em gerenciamento ambiental, do ponto de vista empresarial, é o econômico. Qualquer providência que venha a ser tomada em relação à questão ambiental passa uma impressão de que os custos subiram e de que não haverá um retorno sobre isso.

De acordo com Tinoco e Kraemer (2014), gestão ambiental pode ser conceituada como a integração de sistemas e programas organizacionais que permitem: controle e redução dos impactos no meio ambiente, em razão das operações ou produtos; cumprimento das leis e normas ambientais; desenvolvimento e uso de tecnologia apropriadas para minimizar ou eliminar

resíduos industriais; monitoramento e avaliação dos processos e parâmetros ambientais; eliminação ou redução dos riscos ao meio ambiente e ao homem; utilização de tecnologias limpas, visando minimizar os gastos de energia e materiais; melhoria do relacionamento entre a comunidade e o governo; e antecipação de questões ambientais que possam causar problemas ao meio ambiente e, particularmente, à saúde humana.

Braga (2012) entende que em um conceito mais amplo, gestão ambiental significa incorporar à gestão estratégica da organização princípios e valores que visem ao alcance de um modelo estruturado no desenvolvimento sustentável, gerindo toda a organização com foco em ações estratégicas em todas as áreas. A gestão ambiental não visa somente evitar riscos ao meio ambiente, ela pode ser útil para agregar valor ao produto e às empresas; compreende procedimentos e exigências que permitem avaliar e controlar impactos ambientais de suas atividades, produtos ou serviços.

Segundo Castro (2016), a partir de um SGA, a organização começa a incentivar a reciclagem, buscar matérias-primas e processos produtivos menos impactantes, passando a racionalizar o uso dos recursos naturais renováveis e não renováveis. Há inúmeras vantagens que resultam do controle ambiental, entre elas podem ser relacionadas as seguintes:

- a) criação de uma imagem “verde”, transmitindo uma consciência ecológica da empresa, o que facilita à empresa acesso a novos mercados;
- b) redução de acidentes ambientais e também dos custos de remediação;
- c) conservação de energia e recursos naturais;
- d) racionalização das atividades;
- e) menores riscos de sanções do poder público;
- f) maior economia de escala e facilidades de acesso a créditos e financiamentos.

Segundo Costa (2014), com a implantação de um sistema de gestão ambiental, reduzem-se os riscos, permitindo a visualização de todos os processos realizados pela organização, proporcionando benefícios ao meio ambiente e racionalizando o uso de matérias-primas e outros insumos, conservam-se recursos naturais, diminui-se e controla-se a emissão de poluentes e, acima de tudo, com o intuito de aperfeiçoar os processos, harmoniza-se as atividades e o ecossistema.

### 2.3 Valoração econômica de recursos ambientais

A consciência dos problemas ambientais aparece como um ponto importante no que tange ao crescimento material e econômico e à qualidade de vida. Pois, para alguns, a qualidade de vida é obtida à custa da limitação das produções materiais, enquanto para outros, ao contrário, ela é proporcional à abundância dos produtos. O desenvolvimento econômico e social contínuo, harmonizado com a gestão racional do ambiente, passa pela redefinição de todos os objetivos e de todas as modalidades de ação (MATTOS; MATTOS, 2014).

A teoria Marxista considerava que a única fonte de valor para um bem era o montante de trabalho socialmente incorporado em sua produção, pois os trabalhadores eram a única fonte do produto econômico líquido. A escola neoclássica sustenta a teoria do valor-utilidade, advogando que os bens têm valor porque têm utilidade e que a medida do valor é dada pela utilidade marginal que este bem proporciona. Para esta escola, a medida exata do valor vai ser dada pelo preço que tais produtos apresentam no mercado.

Segundo Cavalcanti (2010), a economia do meio ambiente é considerada como um ramo da microeconomia, a qual procura encontrar preços corretos para a alocação ótima de recursos, com custos mínimos e máximo benefício. Segundo o autor, é comum o equívoco de supor que a economia ambiental é semelhante a economia ecológica, quando na verdade, a economia ecológica tem como propósito dizer em que medida o uso da natureza pode ser feito de forma sustentável, enquanto a economia ambiental fundamenta-se em aplicar ferramentas da economia neoclássica aos problemas ecológicos, procurando internalizar o meio ambiente no cálculo econômico, ou seja, preocupa-se em dar preço à natureza.

O termo “valor de um bem” ou “serviço ambiental” é entendido como sendo a expressão monetária dos benefícios obtidos de sua provisão do ponto de vista pessoal de cada indivíduo. Tais benefícios poderão ser advindos do uso direto e do uso passivo de tais bens e serviços. O valor que resulta do uso direto da amenidade é mensurado pelo valor de uso; já o valor que resulta do uso passivo é medido através do valor de opção e do valor de existência (MATTOS; MATTOS, 2014).

Segundo Costa et al. (2015), uma das ferramentas que a economia utiliza para mensurar a alteração da qualidade e da quantidade de um determinado recurso

natural disponível e sua relação com o bem-estar das sociedades são as análises de custo e benefício, ou as técnicas de valoração ambiental. A valoração ambiental é importante por ser essencial para criar um valor de referência que indique uma sinalização de mercado, possibilitando, assim, o uso racional dos recursos ambientais. Através do uso de tal instrumento, tanto agentes públicos quanto privados, poderão ter subsídios para avaliação econômica de tomadas de decisões sobre a utilização eficiente desses ativos, pois passam a possuir parâmetros, em termos monetários, que justifiquem as tomadas de decisões (SILVA, 2003).

Nesse contexto, segundo Cavalcanti (2010), o valor econômico total dos bens e serviços ambientais é composto por três tipos distintos de valores: O valor de uso refere-se ao valor atribuído pelos indivíduos pela participação numa determinada atividade, isto é, pelo uso atual da amenidade ambiental. Por exemplo: o valor que os indivíduos estão dispostos a pagar para visitar um parque ecológico ou para conservar determinadas espécies de animais ou vegetais que estão sendo utilizadas para fabricação de remédios.

Valor de opção diz respeito a disposição de pagamento dos indivíduos para conservar um determinado recurso ou amenidade ambiental que poderá ser usado no futuro e cuja substituição seria difícil ou impossível. Assim, valor de opção expressa também uma preocupação com as gerações futuras. Pode-se citar, por exemplo, o valor que as pessoas estão dispostas a pagar para preservar uma floresta na esperança de que as espécies que nela se encontram possam ser úteis para gerações futuras.

O Valor de existência é quando os indivíduos obtêm benefícios pelo simples conhecimento de que determinada amenidade ambiental ou certa espécie existe sem que haja a intenção de apreciá-las ou usá-las de alguma forma. Esse valor é conhecido na literatura como valor de existência e independe do uso direto, seja no presente, seja no futuro. A iniciativa de valoração deve ocorrer dentro de um referencial mais amplo e estratégico sob a perspectiva da sustentabilidade. Há que se considerar também que os mais diversos conceitos de sustentabilidade, desenvolvimento sustentável e agricultura sustentável, necessariamente, incluem como foco de suas preocupações, as questões relativas ao meio ambiente e aos recursos naturais (COSTA et al., 2015).

É clara a existência de uma profunda interação entre os sistemas econômicos e os sistemas naturais de tal forma que os sistemas econômicos são

dependentes dos fundamentos ecológicos e, em última instância, do sistema global de suporte à vida. Por outro lado, as sociedades estabelecem também normas e regras sociais, ou princípios de comportamento que devem ser seguidos. Ao longo do tempo estas normas devem estar compatibilizadas ou serem consistentes com as leis naturais que governam a manutenção dos ecossistemas, ao mesmo tempo em que estes devem ser conservados se a sustentabilidade for aceita como um objetivo a ser alcançado.

O valor econômico dos recursos ambientais pode ser decomposto em valor de uso, que é o valor atribuído pelos indivíduos pelo uso presente do bem ou seu valor potencial para uso futuro. Valor de não uso, que representa o valor intrínseco do bem e reflete o seu valor de existência dissociado do uso. Eles se caracterizam como valor de uso direto – correspondendo ao valor atribuído pelas pessoas a um recurso por se utilizarem dele diretamente e valor de uso indireto - que é atribuído pelos indivíduos a um recurso ambiental quando o seu uso ou benefício advém de funções ecossistêmicas como, a reprodução de espécies pela conservação de florestas e a contenção de erosão (MOTTA, 2013).

### 3 GESTÃO AMBIENTAL

A Gestão ambiental consiste em um aspecto funcional da gestão de uma empresa, que desenvolve e implanta as políticas e estratégias ambientais. Diversas organizações empresariais estão cada vez mais preocupadas em atingir e demonstrar um desempenho mais satisfatório em relação ao meio ambiente. Neste sentido, a gestão ambiental tem se configurado como uma das mais importantes atividades relacionadas com qualquer empreendimento (ALMEIDA, 2011).

Além dessa ferramenta, a problemática ambiental envolve também o gerenciamento dos assuntos pertinentes ao meio ambiente, por meio de sistemas de gestão ambiental, da busca pelo desenvolvimento sustentável, da análise do ciclo de vida dos produtos e da questão dos passivos ambientais.

Assim, para que uma empresa passe a realmente trabalhar com gestão ambiental deve, inevitavelmente, passar por uma mudança em sua cultura empresarial; por uma revisão de seus paradigmas. Neste sentido, a gestão ambiental tem se configurado com uma das mais importantes atividades relacionadas com qualquer empreendimento.

Para a operacionalização da gestão ambiental na organização, é preciso ressaltar algumas condições ou princípios em que ela deverá se basear. São as etapas de um Sistema de Gestão Ambiental - SGA, apresentadas em dois princípios; um deles refere-se à política do ambiente, que é a posição adotada por uma organização relativamente ao ambiente. A elaboração e definição desta política é o primeiro passo a dar na implementação de um SGA, traduzindo-se numa espécie de comprometimento da organização para com as questões do ambiente, numa tentativa de melhoria contínua dos aspectos ambientais (CAMPOS, 2011).

O outro princípio refere-se ao planejamento, uma vez que, qualquer procedimento para que seja bem sucedido, requer um bom planejamento. Deve-se começar por identificar aspectos ambientais e avaliar o impacto de cada um no meio ambiente. Por aspectos ambientais entende-se, por exemplo, o ruído, os resíduos industriais e as águas residuais. A organização deve estabelecer e manter procedimentos para identificar os aspectos ambientais que controla e sobre os quais exerce alguma influência, devendo igualmente garantir que os impactos por eles provocados estão considerados no estabelecimento da sua política ambiental. O impacto ambiental, por sua vez, tem sua concepção jurídica de impacto descrita no

art. 1º da Res. 1, de 23.1.86 do CONAMA – Conselho Nacional do Meio Ambiente, nos seguintes termos:

Considera-se impacto ambiental qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas, que direta ou indiretamente, afetam-se: a saúde, a segurança e o bem-estar da população; as atividades sociais e econômicas; a biota; as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente e a qualidade dos recursos naturais (BRASIL, 1986).

O Impacto ambiental é a alteração no meio ou em algum de seus componentes por determinada ação ou atividade. Estas alterações precisam ser quantificadas, pois apresentam variações relativas, podendo ser positivas ou negativas, grandes ou pequenas. O que caracteriza o impacto ambiental, não é qualquer alteração nas propriedades do ambiente, mas as alterações que provoquem o desequilíbrio das relações constitutivas do ambiente, tais como as alterações que excedam a capacidade de absorção do ambiente considerado.

Assim, de acordo com Moreira (2012), o ambiente urbano é como relações dos homens com o espaço construído e com a natureza, em aglomerações de população e atividades humanas, constituídas por fluxo de energia e de informação para a nutrição e biodiversidade; pela percepção visual e atribuição de significado às conformações e configurações da aglomeração; e pela apropriação e fruição (utilização e ocupação) do espaço construído e dos recursos naturais.

Porém, o impacto ambiental é entendido como qualquer alteração produzida pelos homens e suas atividades, nas relações constitutivas do ambiente que excedam a capacidade de absorção desse ambiente. Em suma, os impactos ambientais afetam a estabilidade preexistente dos ciclos ecológicos, fragilizando-a ou fortalecendo-a.

Sobre o Guia Exame, do total de 75 companhias, 19 são destaques em seu setor de atuação. Entre 70% das empresas que responderam ao questionário que baseia o guia registram compromissos atrelados a metas socioambientais, e mais da metade considera a migração para fontes de energias menos poluentes. Abaixo estão às categorias avaliadas pela revista Guia Exame de Sustentabilidade de 2017, que serve de parâmetros para avaliação das empresas.

### 3.1 Direitos humanos

Direito à vida, a um ambiente saudável, direito à moradia e ao saneamento básico é um dos temas que aborda todos os meios que podem afetar de forma física, mental ou social a população (MADEIRA, 2012).

Pensar em sustentabilidade é pensar em direitos humanos. Portanto, os defensores da sustentabilidade são defensores dos direitos humanos. Os direitos humanos são universais e indivisíveis. Isto expõe uma contradição na organização econômica, social e política da nossa sociedade, expressa também em termos mundiais, que vivemos num modelo incompatível com os direitos humanos. Um modelo que nos impõe a lógica do consumo para atender a necessidade de alcançarmos o aumento da produção de bens, atendendo ao grande sistema que é o lucro.

Quando vivemos na lógica capitalista do lucro temos que fazer uma opção: esquecer o ser humano e todos seus direitos. Um dos exemplos a ser citado seria a do saneamento básico que significa a parte do Saneamento do Meio que trata das questões relacionadas ao abastecimento de água, à coleta e disposição e tratamento dos esgotos sanitários, inclusive industriais, ao controle da poluição por esses esgotos, à drenagem urbana (águas pluviais) e ao acondicionamento, coleta, transporte e destino dos resíduos sólidos (CASAN, 2005).

De um modo geral, pode-se dizer que o saneamento básico é um conjunto de medidas e intervenções visando à busca por salubridade nos ambientes. Segundo Madeira (2012), saneamento básico compreende um conjunto de ações, em diversas áreas de atuação, entre as quais se pode destacar:

- a) abastecimento de água;
- b) coleta e tratamento de águas residuárias;
- c) coleta de águas pluviais;
- d) controle de vetores transmissores de doenças;
- e) coleta, transporte e acondicionamento de resíduos sólidos;
- f) controle da poluição ambiental.

A Lei Federal nº 11.445, de 05.01.2007 (Lei do Saneamento Básico), considera o saneamento básico como sendo o conjunto de serviços, infraestruturas e instalações operacionais de abastecimento de água potável, esgotamento

sanitário, limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos e drenagem e manejo das águas pluviais urbanas.

Frente a esses pressupostos, a disponibilidade de saneamento básico para a população é “[...] condição essencial para o bem-estar humano, oferecendo situações de produtividade e melhor atuação na vida em sociedade” (CASAN, 2015, não paginado). A utilização do saneamento como um instrumento que promove a qualidade de saúde, implica a superação das barreiras tecnológicas, políticas e gerenciais que vem dificultando à expansão dos benefícios à população. A maioria dos problemas sanitários que afeta a população mundial estão relacionados com o meio ambiente.

### 3.2 Ética e transparência

A relação entre homem e a ética no ambiente natural é uma preocupação persistente no quadro ambiental e social. Existem também interesses e conceitos distintos para o estabelecimento de parâmetros mediadores de tais relações.

Segundo Sandra Faggionato (2002, s/p), a ética ambiental foi definida como sendo "uma tomada de consciência do ambiente pelo homem", ou seja, como se auto define perceber o ambiente que se está localizado, aprendendo a protegê-lo e cuidá-lo da melhor forma, entretanto, cada indivíduo percebe, reage e responde diferentemente frente às ações sobre o meio.

No Brasil, a Educação Ambiental (E.A) surgiu em movimentos conservacionistas no início de 1970, por meio de ações pontuais de escolas e organizações da sociedade civil. O processo de institucionalização da E.A, em nível de Governo Federal, teve início em 1973 com a extinta Secretaria Especial do Meio Ambiente (SEMA).

A política nacional de meio ambiente como foi criada a lei nº 6.938/81, que instituiu inclusão da E.A em todos os níveis de ensino, com isso em 1988 a Constituição Federal estabeleceu a necessidade de “promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino”, que condicionam a possibilidade de produção de conhecimento significativo de sua consciência ética.

Segundo os Parâmetros Curriculares Nacionais (BRASIL, 1996, p. 28), a educação ambiental é tratada como um tema transversal:

Os conteúdos de meio ambiente serão integrados ao currículo através da transversalidade, pois serão tratados nas diversas áreas do conhecimento de modo a impregnar toda a prática educativa e, ao mesmo tempo, promover uma visão global e abrangente da questão ambiental (BRASIL, 1996, p. 28).

As transformações provocadas pela relação de interdisciplinaridade estão relacionadas com seu espaço construído, onde as questões sociais influenciam na prática educativa. De acordo com a Política Nacional de Educação Ambiental em seu Art. 1º. Lei nº 9795/1999.

Entendem-se por educação ambiental os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade (BRASIL, 1999, não paginado).

A educação ambiental propõe novos métodos e meios de relacionamentos mais harmônicos com a natureza, sem prejudicar ao usá-la, criando novos paradigmas e resgatando valores éticos com uma visão mais ampla, de integração, participação, crítica e problematizadora de uma educação abrangente.

O homem transforma a natureza para poder sobreviver, mas ao transformar não imagina os danos que podem causar ao meio ambiente, em muitos casos, são danos irreparáveis no meio em que vivem, sendo necessárias mudanças nas práticas cotidianas de uma maneira a usar esses recursos de forma sustentável.

### 3.3 Gestão da água

A água é tida como essencial para todos os seres vivos. A maioria dos seres vivos possui mais da metade de seu peso formado por água. Além disso, o planeta possui aproximadamente três quartos de sua extensão coberto por água. Isto faz com que o ser humano reflita mais sobre este elemento tão importante.

Contudo, o que vêm ocorrendo nas últimas décadas é um grande descaso com os recursos hídricos de diversas maneiras como, por exemplo, a poluição natural, a poluição produzida por esgotos domésticos, poluição produzidas por efluentes industriais e também por drenagens de áreas agrícolas e urbanas, além do crescimento desordenado. Sem uma gestão sustentável para os recursos

hídricos, mediante a esta situação, vem aumentando a preocupação da saúde pública no Brasil.

Segundo Kitamura (2004), toda a água do planeta está em constante movimentação, evaporando-se dos oceanos, rios e lagos. Transforma-se em vapor formando assim as nuvens na atmosfera. Quando o vapor condensa, a água volta para a terra em forma de chuva, granizo ou neve. Parte da água que cai sobre a terra se distribui pela superfície, formando lagos, rios e riachos que vão desaguar no mar. Outra parte que cai se infiltra no solo, vai ser absorvida pelas plantas ou vai alimentar os lençóis freáticos que alimentam nascentes e poços.

No entanto, boa parte desta água é utilizada pelo homem, nas suas explorações econômicas, como a irrigação ou mesmo em redes de água para o consumo. Relatórios da ONU alertam para o fato de que, nos países em desenvolvimento, como o Brasil, 90% da água utilizada é devolvida à natureza sem tratamento, contribuindo assim para a deterioração de rios, lagos e lençóis subterrâneos. É surpreendente que no planeta azul, com 70% de sua superfície coberta por água, tenha chegado a esse ponto.

O maior problema é que o consumo de água está cada vez maior. Nos últimos 100 anos, enquanto a população mundial triplicava, o uso da água doce multiplicava-se por seis. O principal responsável por esse aumento foi à agricultura irrigada, que revolucionou a produção agrícola, mas criou uma nova dificuldade, porque sozinha utilizava 70% da água doce disponível. Segundo Nogueira (2003), não podemos concordar que falte água para o consumo humano em nosso país, pois temos 12% de toda a água do planeta. Podemos dizer que a água está apenas mal distribuída. Novamente o autor complementa dizendo sobre a água: “Apenas ela precisa ser tratada como bem econômico que é essencial à vida, à saúde, à economia, na indústria, na agricultura e por todos os setores da sociedade”. A água deve ser vista como um bem futuro, pois o esgoto de hoje pode ser a água do amanhã.

#### 3.4 Gestão da Biodiversidade

A diversidade biológica ou biodiversidade consiste no conjunto total de disponibilidade genética de diferentes espécies e variedades, de diferentes ecossistemas. Por lentos processos evolutivos, surgem novas variedades, novas

espécies, constituem-se novos sistemas. E por mudanças nas condições ecológicas, outras variedades, espécies e ecossistemas desaparecem. Mas as atividades humanas estão agora acelerando muito as mudanças nas variedades, o que tem uma gravidade considerável.

Pouco se sabe ainda do papel relativo de cada espécie e de cada ecossistema na manutenção desse equilíbrio em condições viáveis para sobrevivência. Mas sabe-se que todas as espécies são componentes do sistema de sustentação da vida, que a conservação da biodiversidade é estratégica para a qualidade de vida. A diversidade biológica deve ser conservada não só por sua importância conhecida e presumível para a humanidade, mas por uma questão de princípio, todas as espécies merecem respeito.

A grande preocupação que existe hoje é a de que o ser humano esteja a provocar o desaparecimento de muitas espécies num curto espaço de tempo, o que poderá conduzir à redução drástica dessa biodiversidade. Esse desaparecimento deve-se à prática intensiva da agricultura, à construção de barragens, à crescente urbanização, à destruição das florestas, à poluição e a outros fatores humanos (PORTAL DO AMBIENTE E DO CIDADÃO, 2018, não paginado).

Quanto à diversidade das formas de sociedades e cultura, em poucas palavras, é importante reconhecer a imensa variedades de modos de vida, de relações sociais, de construções culturais que a humanidade chegou a desenvolver. Essa variedade, embora tenha uma relação com os ambientes em que as diferentes sociedades evoluíram, não foi condicionada unicamente por essas condições, já que a imaginação e a criatividade humana são ilimitadas, em condição semelhantes, muitas formas diferentes de vida e de expressão cultural são propostas por grupos, muitas soluções diferentes podem ser encontradas para problemas semelhantes.

De acordo com Freitas (2011, p. 64):

A biodiversidade reúne toda a variedade de vida, desde micro-organismos até animais e plantas. É o conjunto de espécies que estabelece uma inter-relação na qual cada ser, por mais simples que seja, tem uma função fundamental na composição do ecossistema.

Toda a riqueza de soluções, de expressões culturais, de concepções de mundo, de vida em sociedades presentes nos milhares de povos contemporâneos, bem como em suas histórias, constituem igualmente um patrimônio que interessa a toda humanidade conservar. Não no sentido de congelar, estancar. Mas no sentido

de valorizar, respeitar e permitir a continuidade do processo histórico cultural de cada povo.

A conservação das espécies em seu habitat natural é o modo mais apropriado de conservação da biodiversidade. As áreas naturais com grande potencial biológico devem ser identificadas, delimitadas e definidas quanto ao tipo de uso que pode ser feito pelo homem, transformando-se em unidades de conservação.

Essas unidades, entre outros objetivos, são áreas protegidas que permitem conservar não apenas as espécies de alto valor ecológico, econômico ou científico, mas todo o ambiente, com seus processos de relação inter e intraespecíficas.

### 3.5 Gestão de Fornecedores

Na gestão das empresas, os fornecedores ascenderam à posição de stakeholder. Como parte interessada, passaram a integrar, de fato, a cadeia de valor da empresa, sendo responsáveis não apenas pela adição de valor ao produto ou serviço, mas também pela disseminação dos valores nos quais acredita a empresa. A grande novidade entre empresas e fornecedores, é que as primeiras começam a usar o seu poder de influência e persuasão para desenvolver os segundos, partilhar com eles seus princípios e valores, educá-los para comprometê-los com as suas práticas sociais e ambientalmente responsáveis.

Na origem dessa nova modalidade ético-produtiva, destacam-se dois tipos de crença corporativa, a primeira diz respeito ao fato de que as empresas enxergam para si um papel indutivo na formação de um ciclo virtuoso, logo a ideia da sustentabilidade constitui uma equação que não se completa se os parceiros deixam de adotar comportamento e atitudes sustentáveis. A segunda crença refere-se à noção de responsabilidade que permeia o modo de ser e de estabelecer conexões das empresas mais responsáveis: elas sabem que tudo o que acontece em sua cadeia de valor ou no ciclo de vida do seu produto, ainda que por obra de algum fornecedor, tende a ser percebido pela sociedade também como sua responsabilidade, gerando impacto imediato para a sua reputação, imagem e ambiente de negócio.

Para Ricardo Voltolini (2016), uma grave agressão ao meio ambiente, o desrespeito ofensivo a uma lei, uma afronta ao direito de uma minoria ou um deslize de natureza ética cometidos por um parceiro comercial, podem ser vistos publicamente como incapacidade de selecionar bons fornecedores, fragilidade ética ou mesmo omissão indesculpável, pela qual certamente será cobrada

Tanto a preocupação em induzir a construção de redes de valor em torno de práticas de sustentabilidade quanto a de prevenir riscos de reputação explica o atual interesse pelo desenvolvimento de fornecedores mais engajados. São louváveis as iniciativas de empresas que incluem em seus códigos de conduta o estímulo a que os fornecedores assumam atitude proativa em relação à sustentabilidade, ao consumo consciente, ao comércio justo, ao meio ambiente e ao trabalho infantil. São bem-vindos os chamados “pactos” empresariais pelos quais corporações e fornecedores se comprometem a evitar práticas como a exploração sexual de crianças, o trabalho escravo, a corrupção e todas as formas de preconceito e discriminação. São especialmente recomendáveis as ações de organizações que promovem e desenvolvem fornecedores de baixa renda e os organizam em cooperativas produtivas.

São, sobretudo, imprescindíveis as iniciativas de companhias que estabelecem relações comerciais transparentes, baseadas na parceria do tipo ganha-ganha, com respeito às condições definidas em acordo e a prevalência dos interesses corporativos das partes envolvidas sobre os eventuais interesses particulares menores.

As redes de valor de fornecedores reafirmam a tese de que, em tempos de sustentabilidade, as empresas, além de fazer, devem ensinar que os seus públicos de interesse também façam mais em benefício do negócio, das comunidades, da sociedade e do planeta.

### 3.6 Gestão de Resíduos

Os assuntos ambientais provenientes de resíduos sólidos têm se tornado mais claro nos últimos anos, visto que tem se apresentado como um fator de competição no mercado nacional e internacional, essa competição coloca em desvantagem as empresas que não utilizam práticas sustentáveis em relação aos processos na produção de materiais e produtos.

Constitui-se como prioridade mundial, a aplicação de novas tecnologias apropriadas e ecológicas em indústrias e comércios, de forma a reduzir a utilização de recursos naturais, evitar desperdícios, conter a poluição e principalmente desfavorecer a geração de resíduos sólidos, através da conscientização das indústrias e comércios a produzirem o ecologicamente correto.

Nessa perspectiva, o PGRS- Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos tem como principal objetivo a diminuição do impacto ambiental provenientes dos produtos e processos de produção das empresas através da diminuição dos resíduos gerados e principalmente do tratamento correto dado aos resíduos, bem como o seu destino final.

Em consequência disso, tem-se o PGRS como uma importante ferramenta para a correta disposição e segregação dos resíduos sólidos. Tal programa, quando atrelados as estratégias ambientais, que em seu processo possa prevenir os impactos causados pelos resíduos, integrando-os a processos, produtos e serviços, favorecem o aumento da ecoeficiência e reduzem os riscos à sociedade e ao meio ambiente.

Campos et al (2007) afirmam que nos últimos anos a sociedade vem se preocupando com a preservação da qualidade de vida e do meio ambiente e, por isso, a gestão dos chamados Resíduos Sólidos Urbanos (RSU) tornou-se primordial.

Pois, na concepção de Schneider (2003), a quantidade de resíduos gerados é diretamente proporcional ao grau de desenvolvimento de uma cidade, resultado das maiores atividades econômicas e dos hábitos de consumo decorrentes.

Silva, Santos e Bartoli (2008) explicam que os Resíduos Sólidos Urbanos normalmente têm como destino final os “lixões”, aterros controlados, aterros sanitários e, em menor escala, destinados a usinas de compostagem e incineração.

Segundo Fadini (2001, p. 17) “Os resíduos gerados por aglomerações urbanas, processos produtivos e mesmo em estações de tratamento de esgoto são um grande problema, tanto pela quantidade quanto pela toxicidade de tais dejetos.”

A solução para tal questão não depende apenas de atitudes governamentais ou decisões de empresas; deve ser fruto também do empenho de cada cidadão, que tem o poder de recusar produtos potencialmente impactantes, participar de organizações não governamentais ou simplesmente segregar resíduos dentro de casa, facilitando assim processos de reciclagem. “O conhecimento da

questão do lixo é a única maneira de se iniciar um ciclo de decisões e atitudes que possam resultar em uma efetiva melhoria de nossa qualidade ambiental e de vida”. (FADINI, 2001, p. 17).

Para Oliveira (1997, não paginado) “[...] a Educação Ambiental deve estar fundamentada na mudança de percepção dos seres humanos em relação à natureza”. Ela deve transformar a visão utilitarista dos recursos naturais em atitudes, valores e ações capazes de frear o acelerado processo de deterioração do meio ambiente.

Na opinião de Pinto (1999, p 48),

Nas cidades brasileiras de médio e grande porte, os resíduos provenientes de construções e demolições representam cerca de 40 a 70% da massa total dos resíduos sólidos urbanos. Em consequência disso, este tipo de resíduo tem recebido grande atenção por parte de prefeituras e de órgãos responsáveis por conta dos problemas causados pela sua disposição indevida, uma vez que, caso os infratores não sejam identificados, os órgãos responsáveis e as prefeituras devem arcar com os custos de sua remoção e destinação desses materiais (PINTO, 1999, p. 48).

Esta quantidade de resíduo é bastante preocupante no Brasil, porque o impacto ambiental provocado pela disposição incorreta dos entulhos é agravado pelas precárias condições sanitárias do país. Segundo dados da Pesquisa Nacional de Saneamento Básico (PNSB), 63,6% dos municípios dispõem a grande maioria dos seus entulhos em “lixões”. Tais entulhos provocam danos ao meio ambiente e também a sociedade, visto que, quando descartados de maneira inadequada, tem grandes chances de entupir valas e bueiros, ocasionando água parada de chuvas, ou de descarte domiciliar, provendo assim a proliferação de doenças à população.

### 3.7 Governança da Sustentabilidade

A governança da sustentabilidade apresenta-se como fonte de informações que permitem entender as diversas atividades da empresa através das relações entre os dados contábeis sistematizados na forma de relatórios, que servem então como importantes instrumentos na tomada de decisões. Segundo Tinoco; Kramer (2014, p.166), a governança da sustentabilidade “[...] é uma das vertentes da contabilidade que serve para evidenciar e espelhar a relação das empresas com o meio ambiente”.

Um dos objetivos da governança da sustentabilidade e também seu principal desafio, é o controle de investimentos e sua devida evidenciação, o qual nem sempre pode ser tratado de forma monetária como se verifica na atividade da contabilidade convencional. É uma questão de se medir custos cujo valor muitas vezes extrapolam aqueles estimáveis financeiramente, como o capital reputacional que representa a visão que a sociedade tem da organização.

O avanço das questões ambientais e a necessidade de prestar informações relevantes ligadas ao tema levaram à precisão de um aprimoramento da gestão ambiental das organizações, o que direcionou à necessidade de informações pertinentes às questões ambientais num contexto contábil mais específico, situando-as em um universo próprio. Tinoco e Kramer (2014, p. 32) apontam para o momento em que esta evolução contábil se concretizou:

Uma grave agressão ao meio ambiente, o desrespeito ofensivo a uma lei, uma afronta ao direito de uma minoria ou um deslize de natureza ética cometidos por um parceiro comercial, podem ser vistos publicamente como incapacidade de selecionar bons fornecedores, fragilidade ética ou mesmo omissão indesculpável, pela qual certamente será cobrada (TINOCO E KRAMER, 2014, p. 32).

Esta evolução da governança da sustentabilidade ocorreu de forma gradativa, devido principalmente às inquietações relacionadas ao meio ambiente e sua sustentabilidade que surgiram com a celeridade do consumo dos recursos naturais não renováveis disponíveis, passando a existir um questionamento e o início da conceituação do que se conhece como consumo sustentável. Franco (2013, p. 39) fala como se deu esse fenômeno socioambiental: “[...] à medida que há uma melhor conscientização da valorização do meio ambiente, surge uma necessidade de conciliar o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental”. Esta situação desencadeou a necessidade de rever a forma como as sociedades interagem com o meio ambiente.

De acordo com Paiva (2013, p. 17):

[...] a governança da sustentabilidade pode ser entendida como a atividade de identificação de dados e registros de eventos ambientais, processamento e geração de informações que subsidiem o usuário servindo como parâmetro em suas tomadas de decisões (PAIVA, 2013, p. 17).

Para ser possível então uma melhor visualização do modo como as empresas evidenciam sua interação com o meio ambiente, a contabilidade passa a apresentar informações precisas da matéria ambiental, as quais servem de termômetro para verificar a postura social da empresa junto ao meio ambiente.

Ressalta-se que, não basta que a empresa desempenhe atividades relacionadas a questões socioambientais, é necessário que elas sejam passíveis de mensuração e que não deixem dúvidas através de uma contabilização correta. Conforme Ott e Damalgro (2002 *apud* LOUBET, 2012): “[...] a governança da sustentabilidade deve registrar custos, despesas, ativos e passivos ambientais, além de proporcionar informações com transparência para os seus usuários sobre o desempenho ambiental, de acordo com os princípios contábeis”, portanto, é possível concluir que informações vinculadas as questões ambientais e passíveis de contabilização devem ser aferidas pelo ramo da Contabilidade Ambiental.

### 3.8 Mudanças Climáticas

As mudanças climáticas são alterações do clima em todo o planeta. Em outras épocas o aquecimento tinha causas naturais, mas hoje se sabe que é produzido pelas atividades humanas e suas consequências são irreversíveis. Para Geraldo Luís Lino (2015), as mudanças climáticas são fenômenos naturais que ocorrem há centenas de milhões de anos e contra as quais a humanidade pouco pode fazer no seu atual estágio de conhecimento, além de entender melhor a sua dinâmica e adaptar-se adequadamente a elas.

O desafio das mudanças climáticas tornou-se uma realidade no mundo dos negócios. As empresas estão enfrentando a crescente demanda por programas voluntários ou obrigatórios sobre a questão da mudança climática e de responsabilidade sobre suas emissões de carbono e as medidas tomadas para reduzi-las.

Para as organizações evidenciarem suas ações relacionadas às mudanças climáticas, a adoção dos protocolos e normas é uma oportunidade de reforçar a sua reputação institucional, melhorar seu desempenho e alcançar vantagem competitiva. Uma estratégia eficaz, cuidadosamente projetada para atender às necessidades de sua organização e verificável por uma organização de

terceira parte, independente e imparcial, irá oferecer benefícios comerciais significativos. Com eles:

- Fornece um registro verificável de sua gestão de gases de efeito estufa (GEE) de redução de emissões;
- Melhoria de desempenho da organização em áreas suscetíveis;
- Atender às exigências e transparência junto às partes interessadas;
- Ele traz credibilidade e confiança para suas exigências de redução de emissões.

Esses benefícios se traduzem em redução de custos, bem como oportunidades para melhorar a reputação da sua organização com seus clientes e parceiros na cadeia de fornecedores, garantindo a manutenção e sobrevivência do seu negócio.

### 3.9 Relação com a Comunidade

Dentre as boas práticas de gestão empresarial de stakeholders, o relacionamento com a comunidade que a rodeia tem papel importante nas estratégias de mercado. Para além da simples política de 'boa vizinhança', afinar-se ao desenvolvimento dessas comunidades faz parte do crescimento sustentável de uma empresa. É o que pensa também o Instituto Ethos, referência em Responsabilidade Social Empresarial no Brasil.

A comunidade em que a empresa está inserida fornece infraestrutura e o capital social representado por seus empregados e parceiros, contribuindo decisivamente para a viabilização de seus negócios. O investimento pela empresa em ações que tragam benefícios para a comunidade é uma contrapartida justa, além de reverter em ganhos para o ambiente interno e na percepção que os clientes têm da própria empresa. O respeito aos costumes, culturas locais e o empenho na educação e na disseminação de valores sociais devem fazer parte de uma política de envolvimento comunitário da empresa, resultado da compreensão de seu papel de agente de melhorias sociais (ETHOS, 2007).

Esse relacionamento garante o desenvolvimento sustentável, além de aumentar o valor agregado a imagem da empresa junto ao governo, trabalhadores, concorrentes, clientes, parceiros e fornecedores. Considera-se que boa parte dos trabalhadores de uma empresa geralmente são moradores das áreas adjacentes, o

impacto da empatia gerada com a comunidade tem grande reflexo na motivação e integração desses funcionários.

As empresas podem gerar ações que contemplem trabalho voluntário corporativo dentro dessas comunidades; criar comitês comunitários, os quais questões relevantes sejam discutidas; realizar palestras sobre saúde e meio ambiente nas comunidades; promover oficinas de capacitação para geração de renda ou até mesmo formação empreendedora para os microempresários locais. Há muitos pontos nos quais investir, basta apenas perceber qual deles poderá gerar melhores impactos e contemplarem, preferencialmente, uma atuação a longo prazo com objetivos claros.

A atuação social da empresa pode ser potencializada pela adoção de estratégias que valorizem a qualidade dos projetos sociais beneficiados, assim como a multiplicação de experiências bem sucedidas, a criação de redes de atendimento e o fortalecimento das políticas públicas da área social. O aporte de recursos pode ser direcionado para a resolução de problemas sociais específicos para os quais se voltam entidades comunitárias e ONGs. A empresa também pode desenvolver projetos próprios, mobilizar suas competências para o fortalecimento da ação social e envolver seus funcionários e parceiros na execução e apoio a projetos sociais da comunidade (ETHOS, 2007).

Vale lembrar que essas ações não fazem da empresa uma substituta do governo, mas ela inclusive pode ser um agente de mobilização em conjunto com a comunidade. A ação coletiva fortalece a cobrança de melhorias aos governos locais, somando forças para uma transformação da região.

### 3.10 Relação com Clientes

O marketing de relacionamento e a fidelização de clientes são estratégias adotadas pelas empresas no desenvolvimento de parcerias de sucesso de mercado. Quanto à importância do tema, Bogman (2002, p. 23) afirma que o marketing de relacionamento "[...] é essencial ao desenvolvimento da liderança no mercado, a rápida aceitação de novos produtos e serviços e a consecução da fidelidade do consumidor".

Para Kotler (1998, p. 30), "[...] marketing de relacionamento é a prática da construção de relações satisfatórias de longo prazo com partes-chave [...], para reter sua preferência e negócios a longo prazo".

O marketing de relacionamento é criar, manter e aprimorar fortes relacionamentos com os clientes e outros interessados. Além de elaborar estratégias para atrair novos clientes e criar transações com eles, as empresas empenham-se em reter os clientes existentes e construir com eles relacionamentos lucrativos e duradouros (KOTLER; ARMSTRONG, 2003, p. 474).

O marketing de relacionamento surgiu no ano 90, com a evolução do marketing para melhorar o desenvolvimento das relações entre empresas e clientes. Desde então as empresas têm utilizado suas ferramentas para criar e construir relacionamentos que proporcionem vantagens para empresa e para o cliente. Porém, atualmente tem sido implantado nas organizações como estratégia para manter e construir relacionamentos sólidos com clientes e fornecedores. Porque para a empresa perder um cliente e após reconquistar tem um custo muito alto, é melhor manter com dedicação e atenção.

O Marketing de Relacionamento conta com auxílio dos bancos de dados que permitem um conhecimento mais profundo das demandas, desejos e necessidades dos clientes. Isso garante às empresas adequação na oferta de produtos e serviços aos seus consumidores. Dessa forma, as empresas conseguem desenvolver de acordo com os dados dos clientes, ofertando com mais agilidade e qualidade.

De acordo com Bogman (2002, p. 23) "[...] o marketing de relacionamento é essencial ao desenvolvimento da liderança no mercado, a rápida liderança no mercado, a rápida aceitação de novos produtos e serviços e a consecução da fidelidade do consumidor". O marketing de relacionamento é uma ferramenta que pode auxiliar a empresa na conquista de novos clientes e liderança de mercado.

Marketing de relacionamento significa criar, manter e acentuar sólidos relacionamentos com os clientes e outros públicos. Cada vez mais, o marketing vem transferindo o foco das transações individuais para construção de relacionamentos que contêm valor e rede de oferta de valor. O marketing de relacionamento está mais voltado para o longo prazo. Sua meta é oferecer valor de longo prazo ao cliente e a medida do sucesso é dar-lhes satisfação ao longo prazo. Para acontecer, é necessária uma total sintonia entre os vários níveis da empresa com o departamento

de marketing, necessitando criar bons níveis de relacionamentos nos campos econômico, técnico, jurídico e social, que resultam em alta lealdade do cliente (KOTLER; ARMSTRONG, 1999).

Para Kotler (1998, p. 619) "[...] marketing de relacionamento é baseado na premissa de que os clientes importantes precisam receber atenção contínua".

Conforme Bogman (2000, p. 20), "[...] cliente fiel é aquele que sempre volta à organização por ocasião de uma nova compra ou transação, por estar satisfeito com o produto ou serviço. E fidelização é o processo pelo qual um cliente se torna fiel".

Para conquistar a fidelização, é necessário que as empresas invistam nos relacionamentos contínuos com os clientes. A fidelidade proporciona vantagens financeiras para a empresa. Manter o cliente fiel tem um custo financeiro menor do que conquistar novos clientes.

No momento atual, o cliente é o motivo mais importante para o qual as empresas estão inovando e trabalhando, sem ele, a organização não consegue sobreviver no mercado. Por isso, todo planejamento empresarial tem como foco o cliente. É o maior patrimônio que as empresas possuem, portanto, é necessário cuidar com muito zelo e solicitude.

## 4 METODOLOGIA

Durante séculos, a humanidade vem buscando o conhecimento em suas diversas áreas. “O homem é, por natureza, um animal curioso. Desde que nasce interage com a natureza e os objetos à sua volta, interpretando o universo a partir das referências sociais e culturais do meio em que vive” (FONSECA, 2012, p. 10).

Entretanto, o conhecimento não pode ser obtido de qualquer maneira, sendo necessário que haja uma metodologia científica a ser seguida, com resultados precisos e confiáveis. “O conhecimento científico tem a sua origem nos seus procedimentos de verificação baseados na metodologia científica. É um conhecimento objetivo, metódico, passível de demonstração e comprovação.” (FONSECA, 2012, p. 11).

Este trabalho buscou se fundamentar em pesquisa documental e bibliográfica, que contribuem para o estudo de caso das empresas analisadas pelo Guia Exame de Sustentabilidade de 2017. A metodologia utilizada para levantamento e coleta de dados desta pesquisa foi um estudo de caso exploratório.

### 4.1 Tipo de pesquisa

Como proposta principal, a pesquisa atende a função de realizar a investigação sobre a ideia proposta do tema: sustentabilidade aplicada aos negócios: análise de empresas brasileiras classificadas como mais sustentáveis em 2017. Assim, este trabalho se desenvolveu por meio de uma pesquisa exploratória descritiva, com abordagem qualitativa, método dedutivo e por meio da adoção de procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental. Quanto aos critérios, foram utilizadas informações contidas no Guia Exame de Sustentabilidade de 2017, cujo *ranking* das 75 empresas mais sustentáveis de 2017 serviu para identificar as práticas realizadas pelas empresas.

### 4.2 Local da pesquisa

O estudo foi realizado através de coleta de dados da revista Guia Exame de Sustentabilidade de 2017 e o acesso aos *sites* das empresas.

### 4.3 Universo e amostra

O universo é composto pelo ranking das 75 empresas mais sustentáveis de 2017, publicadas na revista Guia Exame de Sustentabilidade de 2017. Divididas em 19 setores, cada um com um destaque especial.

### 4.4 Coleta De Dados

A coleta dos dados foi realizada em ambiente virtual, a partir da leitura e identificação de categorias, seguido de registro e análise. Além de utilizar procedimentos de consulta bibliográfica e documental.

### 4.5 Tratamento dos dados

Os dados foram utilizados com recursos técnicos, planilhas em *excel* e formulas estatísticas que possibilitem a melhor visualização dos resultados e fundamentar os objetivos da pesquisa.

Na proposta de apresentar os dados acerca das informações obtidas, a revista faz aplicação de um questionário onde é agrupado em quatro partes de mesmo peso. Na primeira, são abordadas questões sobre compromissos, transparência e governança corporativa. As demais tratam das dimensões econômico-financeira, social e ambiental da sustentabilidade empresarial. Além de responder ao questionário, as empresas são convidadas a relatar iniciativas recentes relacionadas à sua estratégia de sustentabilidade. Segue abaixo o modelo do questionário aplicado pela revista.

#### 4.5.1 Questionário dimensão geral 2017

##### **Indicador - Compromisso Fundamental**

1. A empresa, por meio de sua alta administração, está formalmente comprometida com o desenvolvimento sustentável?

##### **Indicador - Consistência dos Compromissos**

2. A empresa possui um Comitê de Sustentabilidade ou de Responsabilidade Empresarial formalmente estabelecido no Brasil?

3. Existe um documento formal garantindo a aplicação das políticas e procedimentos relativos à sustentabilidade a todas as unidades ou controladas da empresa, independentemente dos países em que se situam?

**Indicador - Remuneração**

4. A remuneração variável (reajustes salariais diferenciados, bônus, prêmios) está vinculada a metas de desempenho socioambiental da empresa?

**Indicador - Divulgação das informações**

5. Os indicadores de sustentabilidade estratégicos para a empresa são publicados em área de livre acesso do website da empresa ou outro instrumento público?

6. A empresa autoriza a divulgação das respostas que apresentou neste questionário, caso venha a ser escolhida como um dos destaques do Guia Exame de Sustentabilidade?

**Indicador – Ética e cidadania**

7. A empresa possui compromisso formal para o combate a todas as formas de corrupção?

**Indicador - Estrutura Societária**

8. São realizadas reuniões periódicas entre os sócios para divulgação interna dos atos de gestão relevantes ou definição de questões estratégicas?

**Indicador - Auditoria**

9. A empresa possui auditoria interna?

**Indicador - Compromisso com a Comunidade**

10. A empresa possui uma política corporativa que contemple o tema de relacionamento com a comunidade local?

4.5.2 Questionário dimensão econômica 2017

**Indicador - Planejamento Estratégico**

1. Qual a situação da empresa em relação à revisão de seu negócio, visando avaliar seus impactos sociais e ambientais (positivos e negativos) e identificar alternativas sinérgicas com a sustentabilidade?

**Indicador – Riscos e oportunidades**

2. O processo de gestão de riscos corporativos considera critérios socioambientais de curto, médio e longo prazo?

3. A empresa faz uso de instrumentos derivativos?

### **Indicador - Crises e Plano de Contingência**

4. A empresa dispõe de cobertura de seguro?

### **Indicador - Ativos Intangíveis**

5. Existem processos e procedimentos implementados de gestão de ativos intangíveis, além dos registrados na contabilidade oficial?

### **Indicador - Gestão do Desempenho**

6. A empresa adota um sistema de gestão de desempenho baseado em indicadores?

### **Indicador - Demonstrações Financeiras**

7. A empresa publica suas demonstrações financeiras no Brasil?

### **Indicador - Procedimentos Administrativos**

8. A empresa recebeu, nos últimos 3 anos, alguma sanção administrativa de natureza ambiental?

### **Indicador - Procedimentos Judiciais**

9. Há algum registro de inquérito ambiental (civil ou criminal), nos últimos 3 anos, que tenha a empresa ou algum de seus dirigentes como investigados?

10. A empresa sofreu, nos últimos 3 anos, algum processo judicial ambiental (cível ou criminal)?

### **Indicador - Riscos Para a Sociedade**

11. A empresa produz e/ou comercializa produtos ou derivados de combustível fóssil, cuja queima contribui para o agravamento das mudanças climáticas?

## **4.5.3 Questionário dimensão ambiental 2017**

### **Indicador - Responsabilidade Ambiental**

1. A avaliação do desempenho do Presidente (CEO) e de todos os diretores considera o desempenho ambiental e/ou de Saúde e Segurança do Trabalhador (SST) e/ou mudança do clima da empresa?

2. O(s) principal(is) gestor(es) ambiental, de Saúde e Segurança do Trabalhador (SST) e mudança do clima da empresa responde(m) diretamente a qual nível hierárquico?

**Indicador - Compromissos Globais: Mudança do Clima, Biodiversidade e Serviços Ecossistêmicos**

3. A empresa participa de fóruns e/ou grupos que tenham por objetivo o diálogo, o compartilhamento de boas práticas para a gestão da mudança do clima e a proposição de políticas públicas?

4. A empresa elabora inventário das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), por escopo, provenientes de suas atividades no Brasil e o mantém atualizado?

**Indicador - Consumo de Recursos Naturais**

5. A empresa utiliza materiais reciclados em suas operações?

6. A empresa utiliza água de reuso em seus processos produtivos?

**Indicador - Planejamento**

7. Qual a abordagem utilizada pela empresa para a avaliação de seu desempenho ambiental?

8. Qual a situação da empresa em relação à pesquisa, desenvolvimento e inovação tecnológica para o uso eficiente de recursos e para produção mais limpa?

**Indicador - Gerenciamento e Monitoramento**

9. A empresa possui programas estruturados para o gerenciamento de seu desempenho ambiental?

10. A empresa possui procedimentos documentados e implementados que orientem a execução de operações com potenciais impactos ambientais significativos?

**Indicador - Passivos Ambientais**

11. A empresa possui passivos ambientais?

**Indicador - Seguro Ambiental**

12. A empresa possui seguro para degradação ambiental decorrente de acidentes em suas operações?

4.5.4 Questionário dimensão social 2017

**Indicador - Trabalho Infantil**

1. A empresa possui compromisso formal com relação à erradicação do trabalho infantil?

2. Existe um programa específico para contratação de aprendizes?

3. O percentual de aprendizes contratados na empresa corresponde a no mínimo 5% e no máximo 15% dos trabalhadores por localidade, conforme lei 10.097, de 19/12/2000, Art. 429 e sua regulamentação, o decreto 5.598/2005?

**Indicador - Trabalho Forçado ou Compulsório**

4. A empresa possui compromisso formal com a erradicação do trabalho forçado ou compulsório?

**Indicador - Não Discriminação e Valorização da Diversidade**

5. A empresa possui compromisso formal com a erradicação de todas as formas de discriminação?

6. A empresa possui processos e procedimentos implementados com o objetivo de eliminar a discriminação relacionada ao emprego e ocupação?

7. A empresa possui compromisso formal com a valorização da diversidade?

8. A participação de mulheres nos quadros da empresa é superior a 40% em:

9. A participação de negro(a)s (somatória de preto(a)s e pardo(a)s) nos quadros da empresa é superior a 10% em:

10. A empresa cumpre a legislação relativa à contratação de pessoas com deficiência?

**Indicador - Assédio Moral e Sexual**

11. A empresa possui compromisso formal para combater o assédio moral (violência verbal, física, psíquica) e assédio sexual?

**Indicador - Processo de Ouvidoria**

12. A empresa possui processos e procedimentos implementados de comunicação e diálogo que buscam acolher, registrar, responder e esclarecer todas as críticas e sugestões do público interno ou denúncias relativas ao cumprimento de seu Código de Conduta, para o público interno e demais partes interessadas, e atendê-las quando procedente?

**Indicador - Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade**

13. A empresa garante o acesso de todos os seus funcionários a atividades de educação e desenvolvimento que ampliem a competência, as oportunidades de carreira e a empregabilidade, independente do seu nível hierárquico?

**Indicador - Contratação de Trabalhadores Terceirizados**

14. A empresa garante a equidade de tratamento e condições de trabalho entre funcionários e trabalhadores terceirizados?

**Indicador - Gestão de Fornecedores**

15. A empresa utiliza critérios sociais para qualificação, seleção e monitoramento de seus fornecedores de bens e serviços?

**Indicador - Riscos para o Consumidor ou Terceiros**

16. Os produtos da empresa contêm substâncias nocivas à saúde humana?

**Indicador - Respeito à Privacidade, Uso da Informação e Marketing**

17. A empresa tem política corporativa que regula o uso de instrumentos de marketing de seus produtos/serviços, incorporando preceitos éticos e de respeito ao consumidor, ao cidadão e ao meio ambiente?

**Indicador - Sanções Judiciais ou Administrativas**

18. A empresa sofreu, nos últimos 3 anos, processos judiciais decorrentes da infração de normas de defesa do consumidor?

**Indicador - Políticas Públicas**

19. A empresa participa de esforços para a elaboração de políticas públicas por meio de propostas ou posicionamentos formais?

Então, certamente pela evidência acima se considera importante aplicação do questionário para constante melhoramento de cada competência e as empresas conseguirem ampliar seu conhecimento em cada área.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

### 5.1 Características das empresas brasileiras classificadas como mais sustentáveis de 2017

A partir deste tópico, o presente estudo apresenta uma análise dos resultados obtidos através do estudo de caso das empresas consideradas mais sustentáveis em 2017 no *ranking* da revista Guia Exame de Sustentabilidade, com o intuito de comparar ao longo do texto as práticas realizadas pela empresa com as teorias abordadas neste trabalho. Para demonstração desse processo faz-se um breve resumo de cada uma das empresas, de acordo com os dados retirados da revista. A seguir, o quadro 1 apresenta a lista das 75 empresas mais sustentáveis de 2017 e o quadro 2 apresenta as práticas sustentáveis aplicadas pelas empresas, segundo a revista Guia Exame de Sustentabilidade.

#### 5.1.1 Agronegócio – RAIZEN

A Raízen é destaque no Guia Exame de Sustentabilidade 2017 como a empresa mais sustentável do agronegócio. O etanol de segunda geração foi o grande protagonista deste reconhecimento, sendo pioneira nessa tecnologia no Brasil que endereça grandes desafios globais como as mudanças climáticas e a otimização do uso de recursos naturais.

A Raízen se destaca como uma das empresas de energia mais competitivas do mundo e uma das maiores em faturamento no Brasil, atuando em todas as etapas do processo: cultivo de cana, produção de açúcar, etanol e energia, comercialização, logística interna e de exportação, distribuição e varejo de combustíveis. A companhia conta 318 mil funcionários, que trabalham todos os dias para gerar soluções sustentáveis que contribuam para o desenvolvimento do país, como a produção de bioeletricidade e etanol de segunda geração a partir dos coprodutos de cana-de-açúcar. Além disso, a companhia mantém a Fundação Raízen, que busca estar próxima da comunidade, oferecendo qualificação profissional, educação e cidadania.

Segundo Ribeiro e Vellani (2009), no capítulo dois deste trabalho, confirmam que quando a empresa acha o equilíbrio entre os objetivos econômicos,

sociais e ambientais, a empresa começa a proporcionar valor às pessoas, a fornecer educação, cultura, lazer e justiça social à comunidade do meio ambiente ao qual está integrada e, ainda, preservar a diversidade e vida dos ecossistemas.

### 5.1.2 Agronegócio – BUNGE

A Bunge é uma empresa que assumiu o compromisso de eliminar o desflorestamento das cadeias de suprimentos agrícolas ao redor do mundo até 2025, respeitar os direitos de comunidades locais e indígenas e melhorar a rastreabilidade e transparência com seus fornecedores. “Nossa parceria com o produtor tem a finalidade de ajudar com novas técnicas, levando ferramentas e mostrando como crescer de forma sustentável”, afirma Michel Santos, diretor global da área de sustentabilidade da Bunge.

Segundo a revista exame de sustentabilidade (2017), a empresa criou um sistema online e gratuito que permite aos usuários criar cenários, considerando 25 bancos de dados ambientais, econômicos e sociais, para identificar as áreas de baixo risco para a expansão agrícola, bem como áreas que devem ser priorizadas para conservação. O sistema traz inicialmente dados sobre o cerrado, mas há uma atualização prevista para contemplar o bioma amazônico e a região do Chaco argentino e paraguaio. “Queremos mostrar quais são os caminhos para que a expansão da produção, quando necessária, ocorra de forma correta e sustentável”, afirma Santos.

### 5.1.3 Agronegócio – CARGILL

A empresa americana Cargill tem como meta reduzir o desmatamento pela metade até 2020 e zerá-lo dez anos depois, ou seja, até 2030 sem desmatamentos.

Para alcançar esse objetivo no Brasil, a empresa reforçou uma parceria com a ONG global que atua na conservação do meio ambiente para cuidar de dois produtos estratégicos e cuja demanda não para de crescer: soja e cacau. Desse trabalho, resultaram num desmatamento quase zero nas propriedades. Hoje, são 383 fazendas de soja registradas no Cadastro Ambiental Rural (CAR) aptas a fornecer para a Cargill. “A Cargill tem aumentado a produtividade investindo em

tecnologia e inovação para satisfazer a procura alimentar de amanhã”, afirma Luiz Pretti, presidente da Cargill no Brasil. “Queremos garantir que nossa atuação não contribua para o desmatamento de regiões importantes para a conservação do clima, da biodiversidade e da produção de água.”

Pois para Ribeiro (2016), capítulo dois deste trabalho, a empresa só alcança esse objetivo se for capaz de interagir com as mudanças ambientais, sejam elas do ambiente, dos clientes ou de outros fatores, e que tenha capacidade de buscar as respostas juntos com seus subordinados para o sucesso da empresa.

#### 5.1.4 Agronegócio – USINA CORURIFE

A Usina Coruripe, uma das maiores produtoras de açúcar e álcool no Norte e no Nordeste, tem como meta que até o final do ano 100% de seus fornecedores terão o Cadastro Ambiental Rural. Para alcançar esse objetivo a empresa montou uma equipe dedicada à gestão ambiental, com biólogos e engenheiros agrônomos e ambientais para mapear as áreas e orientar os produtores sobre os requisitos a serem cumpridos.

A empresa possui duas Reservas Particulares do Patrimônio Natural que somam 9 000 hectares. A reserva Pereira fica bem próxima à sede da Coruripe em Alagoas. Já a reserva Porto Cajueiro faz parte do Mosaico Sertão Veredas e preserva o bioma do cerrado no norte de Minas Gerais. Nessas áreas, há trabalhos de preservação da fauna e da flora, e parceria com pesquisadores em educação ambiental. “Criar esses maciços florestais é uma maneira de compensar o impacto e preservar a natureza”, diz Bertholdino Teixeira Junior, gerente de sustentabilidade da Usina Coruripe.

Além disso, Costa (2014) cita, no capítulo dois deste trabalho, que para empresas alcançarem resultados com a gestão ambiental devem seguir diretrizes que são organizar, planejar, atribuir responsabilidade para obterem sucesso no desempenho ambiental e que tudo isso não deve ser visto como custo e sim em benefício para o meio ambiente.

### 5.1.5 Auto Indústria – GRUPO VOLVO

A Volvo, fabricante sueca de ônibus e caminhões, decidiu iniciar uma caça ao tesouro na fábrica de Curitiba, no Paraná. O objetivo é encontrar possibilidades de economia de energia. Como a companhia mantém a muitos anos programas de melhoria de eficiência energética, a saída encontrada para aprimorar os índices foi olhar mais de perto em busca de brechas pontuais. Ou seja, passar um verdadeiro pente-fino nas instalações.

Os maiores responsáveis pela inspeção são os próprios funcionários, que fazem varreduras nas linhas de produção para identificar e acabar com desperdícios sem ter de investir em grandes mudanças. A média tem sido de 35 ideias implantadas por ano, nos mais variados setores, para cada colaborador do chão de fábrica da montadora. O objetivo da empresa é ter mais eficiência energética, mais produtividade e economia de insumos que acabam refletindo na participação dos lucros dos colaboradores.

Cavalcante (2010) reafirma que a economia do meio ambiente é considerada como um ramo da microeconomia, a qual procura encontrar preços corretos para a alocação de recursos e com custos mínimos e máximos benefícios.

### 5.1.6 Auto Indústria – BATERIAS MOURA

A Baterias Moura, maior fabricante de baterias da América do Sul, tem enfrentado a seca com um plano de economia e reuso de água implementado em 2014. Três anos depois de criar uma diretoria de sustentabilidade, a companhia definiu a meta de diminuir o consumo de água da operação em 50% até 2019. “Mais do que a questão da sustentabilidade, sabemos que essa medida é vital para a manutenção do nosso negócio”, diz Arnolfo Menezes, diretor de sustentabilidade da Moura.

Até agora, a companhia já conseguiu uma economia total de 36% em relação ao consumo de 2014. Enquanto busca outras fontes de ganho, a Moura está construindo uma nova fábrica, para a produção de baterias de carros elétricos e híbridos, com investimento estimado em 150 milhões de reais. A unidade já nascerá sustentável, com reutilização do efluente, baixo consumo de água e de olho na eficiência energética. Mesmo que os reservatórios estejam com a capacidade em

ascensão, ficou a lição: não dá mais para contar com a sorte. “Estamos colocando tudo de mais moderno nessa fábrica e seguimos aprimorando os processos para garantir que a torneira nunca mais seque por aqui”, afirma Menezes.

Além disso, Bruns (2012) defende, no capítulo dois deste trabalho, que uma empresa criada com as normas da gestão ambiental visa ordenar as atividades humanas para que estas originem o menor impacto possível sobre o meio. Esta organização vai desde a escolha das melhores técnicas até o cumprimento da legislação e alocação correta dos recursos humanos e financeiros.

#### 5.1.7 Bens de Capital – WEG

Fundada há 56 anos em Jaraguá do Sul, em Santa Catarina, como fabricante de motores elétricos, a empresa tem dado atenção especial às novas modalidades de geração de energia. Passou a trabalhar com a Solar há cinco anos e, desde então, viu o interesse do mercado crescer rapidamente.

A receita da empresa com os produtos e os projetos ligados à área subiu 70% no ano passado, e a projeção é continuar nesse ritmo pelos próximos anos. A maior procura tem um motivo concreto: a viabilidade financeira do investimento. “Quando começamos, eram necessários oito anos para recuperar o investimento num sistema de energia solar. Hoje, o prazo já caiu para seis anos e vai continuar caindo”, diz Harry Schmelzer Jr., o presidente da WEG, que registrou 144 patentes de novas tecnologias e produtos apenas em 2016.

Confirma-se a teoria de ver a conservação da natureza como uma alternativa de difundir a consciência sobre os limites dos recursos naturais e novas fontes de lucro. As muitas frentes de discussão sobre o assunto enveredaram por aspectos econômicos, sociais e ambientais, como também a buscaram por outras fontes alternativas de recursos, a exemplo: a energia substituindo o petróleo, acabar com o desmatamento de florestas para evitar a sua extinção ou o exercício de uma arquitetura sustentável.

#### 5.1.8 Bens de Capital– AERIS (pme)

Criada em 2010, a fabricante de pás para geradores de energia eólica Aeris mantém uma relação orgânica com a sustentabilidade. Para ratificar a

importância do tema também internamente, a empresa criou há dois anos um comitê de sustentabilidade, formado por 20 integrantes, entre executivos, funcionários de diversas áreas e consultores externos.

O próximo salto de crescimento deverá vir com a prestação de serviços de manutenção das pás, tanto as próprias quanto as de outros fabricantes. Trata-se de um trabalho complexo, que envolve câmeras infravermelhas, drones e técnicas de rapel. A expectativa é obter mais 50% de crescimento no faturamento em 2017, a caminho do objetivo de fechar 2018 na lista das 1 000 maiores empresas do Brasil.

Com a criação desse comitê, a empresa utiliza o que foi falado de gerenciamento ambiental colocando em prática um conjunto de rotinas e procedimentos que permitem a uma organização administrar adequadamente as relações entre suas atividades e o meio ambiente em que elas se desenvolvem, para reduzir ao máximo o impacto ambiental das atividades econômicas nos recursos da natureza. Seu objetivo é atender às imposições legais aplicáveis às várias fases dos processos para que sejam utilizados os recursos de forma racional, desde a produção até o descarte final.

#### 5.1.9 Bens de Capital – TETRA PAK

No Brasil, a multinacional estima que seus produtos estejam dentro de 95% dos lares. Com um volume tão alto de produção, cresce também a preocupação com o destino dado aos objetos após o uso. Uma das formas que a empresa encontrou para minimizar o impacto ambiental e se beneficiar disso foi investir em paletes feitos com o plástico e o alumínio das embalagens longa-vida que produz.

O desafio da empresa no começo era transformar em matéria-prima os produtos que seriam descartados, para iniciar um novo ciclo produtivo. “Queríamos dar maior valor ao objeto reciclado”, afirma Valéria Michel, diretora de meio ambiente da Tetra Pak no Brasil. Hoje, a invenção é usada na movimentação interna de materiais dentro das próprias fábricas e para o transporte de produtos até os clientes. Eles substituem os tradicionais, feitos com madeira, que por serem mais difíceis de higienizar, têm vida útil menor.

A Tetra Pak percebeu que, por aqui, não basta investir em infraestrutura. É preciso também capacitar empreendedores para conduzir negócios rentáveis a fim

de fomentar o ciclo da reciclagem. Por isso, passou a investir na capacitação de catadores de material reciclável, fortalecendo as cooperativas da área. Por meio de palestras, os participantes aprendem desde princípios para a gestão de fluxo de caixa até maneiras de identificar e preparar sucessores.

Vellani e Ribeiro (2009) explicam que práticas ecológicas usadas pelas empresas são implementadas para reduzir o consumo de insumos, transformando resíduos sólidos, líquidos e gasosos em novos insumos, ou seja, em novos produtos e serviços, propondo reduzir a emissão dos resíduos, neutralizando assim, seu efeito tóxico no meio ambiente.

#### 5.1.10 Bens de Consumo – NATURA

A relação da fabricante de cosméticos Natura com a biodiversidade da Amazônia já é antiga, tornou-se uma das marcas registradas da companhia. Apontada como a melhor do setor de bens de consumo para manter sua fonte de matérias-primas, a companhia investe em tecnologias e projetos que geram renda para as comunidades com base no extrativismo da floresta, e não em sua derrubada. Foi assim que nasceu a iniciativa de liderar a criação de um sistema de cultivo sustentável de óleo de palma, conhecido como azeite de dendê no Brasil, cultura que é hoje uma das principais responsáveis pela derrubada de florestas tropicais no mundo.

Usado tanto na indústria alimentícia como na de cosméticos, o dendê é amplamente cultivado na Amazônia, ocupando grandes áreas de plantação num sistema de agricultura industrial, ou seja, baseada na máxima produtividade econômica. O novo modelo desenvolvido integra a produção e a conservação da biodiversidade ao fazer o plantio da palma junto com o de outras espécies, num sistema agroflorestal.

Esse modelo de desenvolvimento confirma a ideia de Almeida (2011), pois para uma empresa ou ação ser sustentável deve buscar em todas as suas atitudes e decisões, ou seja, em todos os seus métodos e produtos, de forma ininterrupta e permanentemente, levando o pensamento ecoeficiência.

### 5.1.11 Bens de Consumo – AMBEV

Desconstruir estereótipos de gênero em campanhas publicitárias de cerveja é a face mais visível da mudança de posicionamento que a Ambev, maior fabricante de bebidas do país, vem tomando. E também dentro da casa dos consumidores para promover um ambiente mais diverso. A companhia criou, no ano passado, dois grupos de funcionários: um de mulheres e outro de LGBTs (lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais) para discutir e propor melhorias dentro do ambiente corporativo para esses públicos. O próximo passo é criar e fortalecer um grupo para promover também uma maior igualdade racial em seu quadro de funcionários.

Outro tema escolhido pela companhia como prioritária é a água, o qual houve uma novidade neste ano. Seus executivos decidiram ir além das medidas de redução de consumo de água em suas fábricas, entre as mais ecoeficientes do mundo no setor, e lançaram uma marca de água mineral, a Ama, no final de fevereiro. A promessa é a de que todo o lucro obtido por ela no futuro será destinado a oferecer acesso à água potável para populações do Brasil.

Pois como foi relatado no capítulo dois deste trabalho, a adequada gestão da água só poderá ser efetiva se o sistema de gestão estiver voltado, de forma prioritária e livre de conflitos de interesses, ao bem comum, em processo de construção democrática e transparente e voltado à sustentabilidade.

### 5.1.12 Bens de Consumo – AVON

No Brasil, as ações desenvolvidas por meio do Instituto Avon já investiu cerca de 20 milhões de reais em mais de 70 projetos em todo o país desde 2007. A atuação é baseada em quatro pilares: educação, articulação, apoio a projetos e engajamento de funcionários e revendedoras. Entre os projetos, destaca-se a campanha “Fale Sem Medo — Não à Violência Contra a Mulher”, que deu origem a um fórum de mesmo nome que anualmente reúne especialistas para debater o tema.

O instituto também financia pesquisas com recortes específicos, como o papel do homem na desconstrução do machismo e a violência de gênero no ambiente universitário. Mais recentemente, fechou uma parceria com o governo do

estado de São Paulo para promover o treinamento de funcionários de delegacias sobre violência doméstica.

Costa (2014) propõe que o sucesso dessas ações das empresas dependerá de iniciativas e da dedicação do dirigente ou responsável com poder de decisão, capacidade técnica e alto nível administrativo, seguido da constituição e operacionalização, com interesse e capacidade de persuadir em grupos, equipes de transição para executar as tarefas, ações ou atividades necessárias.

#### 5.1.13 Bens de Consumo – GRUPO BOTICÁRIO

Uma das mais novas frentes entre as práticas de sustentabilidade do Grupo Boticário está no esforço de envolver toda a cadeia de produção de seus produtos. Dona das marcas O Boticário, The Beauty Box, Eudora e Quem disse, Berenice?, o grupo desenvolveu o Programa Parceria em Ecoeficiência, em que sua equipe de engenharia presta consultoria para que seus fornecedores implementem projetos para reduzir o consumo de água e de energia, as emissões de gases de efeito estufa e de resíduos nas operações. A consultoria técnica é gratuita, e a contrapartida pedida é o compromisso na execução dos planos.

Com base nisso, as empresas parceiras avaliam, de acordo com o investimento que podem fazer, quais melhorias podem ser realizadas. A equipe de consultoria do Boticário acompanha e monitora a implementação e os resultados. O programa contabilizou, até agora, a redução de 43 400 metros cúbicos de água por ano, o equivalente ao volume de 17 piscinas olímpicas.

#### 5.1.14 Bens de Consumo – COCA- COLA

Disposta a contribuir com soluções para os grandes problemas socioambientais de nosso tempo, a Coca-Cola redefiniu recentemente sua estratégia institucional. No Brasil, uma das facetas mais visíveis desse reposicionamento revela-se na gestão da água, principal insumo usado na fabricação de bebidas não alcoólicas de seu portfólio, composto de mais de 150 produtos. “A agenda sobre água no país é tão desafiadora que minimizar os impactos ou atingir a neutralidade nos processos produtivos pode ser um bom começo, mas está longe de ser uma meta aceitável”, diz Pedro Massa, diretor de valor compartilhado da Coca-Cola.

Por essa razão, a Coca-Cola reformulou sua estratégia e criou uma nova plataforma, batizada de Água +. O objetivo é consolidar as iniciativas em três pilares estratégicos: gestão mais eficiente dos recursos hídricos; aumento do volume de água devolvido à natureza; e ampliação do acesso à água por comunidades em situação de vulnerabilidade (no Brasil, 35 milhões de pessoas não têm acesso à água potável).

#### 5.1.15 Bens de Consumo – L'OREAL

O Brasil é o quarto país que mais consome produtos de beleza no mundo, e pelo menos metade das brasileiras compram um batom por ano. A francesa L'Oréal, líder do setor de cosméticos, viu nesse alto consumo uma oportunidade de compartilhar a ideia de sustentabilidade de forma mais próxima das consumidoras: nos canais de varejo. Desde o ano passado, os quiosques de venda de produtos de maquiagem da marca Maybelline NY passaram a ser instalados nos shopping centers do país com uma nova roupagem, mais ecológica.

Esses quiosques, que vendem produtos como batons, máscaras de cílios, delineadores e pós faciais, são agora construídos com madeira de origem certificada com o selo FSC (que regula o manejo florestal), utilizam cola produzida com emissão zero de carbono e imprimem toda a comunicação visual com tinta à base de água, para facilitar a reciclagem.

Segundo Sandra Faggionato (2002), no capítulo três deste trabalho, a ética ambiental é uma tomada de consciência do ambiente pelo homem, ou seja, é perceber o ambiente que está localizado, aprendendo a protegê-lo e cuidá-lo da melhor forma.

Pensando nisso a L'Oréal faz modificações no seu projeto, 30% menos madeira é utilizada na construção dos quiosques, inclusive porque os antigos são reutilizados dentro do conceito de logística reversa — o retorno do material ao seu local de origem para reaproveitamento ou para outra destinação ambientalmente adequada. O piso modular é 100% produzido com plástico PP (polipropileno) e PET reciclado, proveniente de outras indústrias, como de garrafas plásticas.

#### 5.1.16 Bens de Consumo – NESTLÉ

Para enfrentar a crise que sofreu nos últimos anos com a escassez de chuvas e assegurar uma produção sustentável da matéria-prima do café conilon, espécie usada na fabricação de café solúvel, a suíça Nestlé tem ampliado a distribuição de mudas selecionadas e a capacitação profissional de agricultores por meio do programa Nescafé Plan. A iniciativa oferece descontos de 25% na aquisição das mudas produzidas com a clonagem de plantas com características de produtividade e qualidade superior, incluindo maior resistência.

Braga (2012) relata, no capítulo dois deste trabalho, que a gestão ambiental não visa somente evitar riscos ao meio ambiente, ela pode ser útil para agregar valor ao produto e às empresas; compreendendo procedimentos e exigências que permitem avaliar e controlar impactos ambientais de suas atividades, produtos ou serviços. Na referida empresa, a solução foi a clonagem de plantas para gerar menos impactos ambientais.

No Brasil, está prevista neste ano a distribuição de 6,5 milhões de mudas, maior número desde o início do programa, há cinco anos. “Facilitar o acesso às mudas contribui para a cadeia do café, uma vez que o agricultor reduz sua despesa com as mudas e pode investir mais no preparo do solo, em fertilizantes e em outros insumos necessários para a lavoura”, diz Pedro Feliu, diretor de cafés da Nestlé.

#### 5.1.17 Bens de Consumo – UNILEVER

A anglo-holandesa Unilever tem motivos concretos para acreditar que o propósito de suas marcas influencia diretamente no desempenho delas no mercado. Em 2010, a companhia lançou o Plano de Sustentabilidade, com base numa pesquisa realizada com 20 000 consumidores ao redor do mundo. Mais da metade deles afirmou querer comprar produtos sustentáveis e 33% já compravam.

Para atender consumidores cada vez mais preocupados com a procedência dos alimentos que consomem, com hábitos de vida mais saudáveis e que prezam pela preservação do planeta, a Unilever colocou a sustentabilidade no centro de sua estratégia. “O crescimento das marcas com propósito comprova que inserir a sustentabilidade no coração do negócio não só é a melhor decisão como

também o único caminho viável para empresas que visam ao longo prazo”, diz Marcelo Scarcelli, diretor de logística da Unilever no Brasil.

#### 5.1.18 Bens de Consumo – ZANZINI (pme)

A fabricante de móveis feitos com painéis de madeira Zanzini mostra que não é preciso ser uma grande empresa para ter um grande impacto na sociedade. A Zanzini investe na construção de uma relação próxima com a população local, formada por pouco mais de 26 mil pessoas, a partir de ações pontuais e programas permanentes que buscam minimizar problemas sociais e ambientais do município. E colhe os bons frutos: 98% dos moradores estão satisfeitos com a atuação da empresa e 100% acham que ela é importante para a cidade, apontou uma pesquisa de 2017.

Pois de acordo com instituo Ethos, no capítulo três deste referido trabalho, o respeito aos costumes e culturas locais e o empenho na educação e na disseminação de valores sociais devem fazer parte de uma política de envolvimento comunitário da empresa, resultado da compreensão de seu papel de agente de melhorias sociais.

#### 5.1.19 Construção Civil – NEWINC (pme)

Entre as empresas de médio porte, A empresa de Goiânia, especializada na classe C, vem construindo edifícios mais habitáveis e sustentáveis. A NewInc aposta em energia solar para aquecer a água e coleta, trata e reutiliza esse recurso para utilização em lavagem, irrigação, descargas e lava jatos instalados na garagem. Nos canteiros de obra, os resíduos que iriam para as caçambas são processados para virar blocos de concreto e bloquetes para piso. A cada R\$ 25 mil economizados com a reciclagem, a NewInc coloca outros R\$ 25 mil na construção da casa de um funcionário, que usará os blocos reciclados. Em 2,5 anos de atuação foram doadas nove casas. Os trabalhadores interessados recebem ainda cursos profissionalizantes e têm à disposição um tipo de lan house, aberta às suas famílias, onde recebem aulas de informática. Em 14 anos, oito ex-serventes se tornaram engenheiros.

De acordo com o instituto Ethos, o relacionamento com os funcionários tem papel importante nas estratégias de mercado. Afinar-se ao desenvolvimento dessas pessoas faz parte do crescimento sustentável de uma empresa.

#### 5.1.20 Construção Civil – PRECON ENGENHARIA (pme)

Algumas das soluções usadas pela Precon para diminuir as sobras nos canteiros de obra são relativamente simples de implantar. É o caso do piso dos apartamentos. Durante anos, os imóveis eram entregues com o acabamento em cerâmica. Era o material que mais gerava resíduos, pois é comum as peças quebrarem quando são cortadas para acertar o encaixe uma na outra. A saída foi trocá-las por piso laminado de madeira. Embora sejam um pouco mais caras, as lâminas têm instalações simples e poucas são perdidas durante o trabalho.

A fabricação das peças, onde parte dos processos é mecanizada e não exige força física, possibilitou à Precon contratar mulheres, público que tradicionalmente é excluído da construção civil. Cerca de um terço da mão de obra da Precon é feminina — a linha de produção, aliás, é chefiada por uma mulher. Como não se exige experiência no setor, muitas das trabalhadoras eram faxineiras ou varredoras de rua antes de ser contratadas. “Elas costumam ser mais pontuais, assíduas e caprichosas no trabalho”, afirma Miranda.

#### 5.1.21 Construção Civil – MRV

A MRV criou um selo que classifica os empreendimentos conforme o número de ações de sustentabilidade envolvidas. Todos os prédios devem cumprir uma série de exigências, como ter um local para coleta seletiva de lixo ou medição de água individual nos apartamentos. Os que, além disso, tiverem medição de gás também individualizada recebem o selo MRV +Verde 1. A geração de energia fotovoltaica garante o selo de nível 2; e sistemas de reaproveitamento de água da chuva, o selo de nível 3. Ao apresentar um imóvel para um cliente, os selos ajudam a explicar os diferenciais — e a acelerar a venda.

Conforme dito pelo autor Nascimento (2012), no capítulo dois deste trabalho, é possível a transformação de uma empresa em um negócio sustentável desde que sejam escolhidas as melhores técnicas, cumprimento da legislação e

uma correta utilização dos recursos humanos e financeiros, além de que a questão ambiental é considerada fator de competitividade no mercado é o que a empresa MRV busca conseguir.

#### 5.1.22 Eletro Eletrônicos – WHIRLPOOL

A WHIRLPOOL é uma empresa que atua na fabricação de eletrodomésticos, e nos últimos anos a empresa conseguiu reduzir em 36% o seu nível de intensidade energética, isto significa dizer que para obter cada real em receita, a fabricante gasta atualmente 36% menos energia elétrica do que gastava há três anos.

Para chegar a esse resultado a empresa contou e conta com a colaboração e esforço de toda a sua equipe que atua identificando melhoria nos seus processos, sempre levando em consideração o esforço dos que mais se destacaram, recompensando-os com maior participação nos resultados. A estratégia que a empresa vem utilizando, conduziu-a ao destaque no setor de eletroeletrônicos conquistando o *ranking* da mais sustentável do setor de eletrodoméstico.

#### 5.1.23 Eletro Eletrônicos – EMBRACO

Concebido em 2013 como um programa interno de logística para resolver um problema imposto pela Política Nacional de Resíduos Sólidos, o Nat.Genius, da Embraco, fabricante de compressores para equipamentos de refrigeração, encontrou tantas possibilidades de exploração comercial que conquistou o status de nova unidade de negócios e se tornou uma referência global em economia circular, a ideia segundo a qual tudo na natureza pode ser reutilizado e reciclado.

Nessa perspectiva, faz concordância com o PGRS- Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos que tem como prioridade mundial a aplicação de novas tecnologias apropriadas e ecológicas em indústrias e comércios, de forma a reduzir utilização de recursos naturais, evitarem desperdícios, conter a poluição e principalmente desfavorecer a geração de resíduos sólidos, através da conscientização das indústrias e comércios a produzirem o ecologicamente correto.

A Embraco coloca em prática esse programa através dos 70 funcionários dedicados ao programa, realizado em áreas próprias dentro de duas fábricas em

Joinville, cidade catarinense onde a Embraco nasceu, há quase 50 anos. Com os bons resultados obtidos, os custos já estão sendo cobertos e a unidade começou a dar lucro, a perspectiva é de expansão da atividade para filiais em outras regiões do país.

#### 5.1.24 Eletro Eletrônicos – HP

E se, em vez de descartar materiais não biodegradáveis, como máquinas de lavar roupa, smartphones e televisores, existisse outro modelo que permitisse o retorno desses materiais ao ciclo produtivo? E se esses equipamentos, ao final de sua vida útil, fossem levados de volta às fábricas para ser desmontados e reciclados e retornar ao mercado na forma de novos produtos? Essa é a ideia da economia circular, que procura repensar as práticas econômicas indo além dos famosos três “Rs” — reduzir, reutilizar e reciclar. Novos “Rs” de economia restaurativa e regenerativa entram na equação, e o que era o fim é só um novo começo.

A americana HP, fabricante de impressoras, computadores e outros equipamentos de informática, tem repensado seu processo produtivo para reinventar a maneira como seus produtos são projetados, fabricados, usados e recuperados, conforme os princípios da economia circular. Como trazer os resíduos de volta para a cadeia produtiva e reutilizá-los na operação? “É preciso que os equipamentos possam ser rastreados e que a empresa desenvolva uma pesquisa consistente sobre reciclagem”, diz Kami Saidi, diretor de suprimentos da HP para a América Latina.

#### 5.1.25 Eletro Eletrônicos – SIEMENS

Depois de ter ganhado as páginas de jornais no mundo inteiro por ter se envolvido num esquema de suborno em vários países, a empresa Siemens perdeu sua reputação e, para recuperá-la, implantou um robusto sistema de governança anticorrupção que tem ajudado a empresa a reconquistar a confiança do mercado.

O termo *compliance* significa “agir de acordo com as leis e os regulamentos”. Foi com base nesse conceito que a Siemens elaborou um programa de *compliance* que vale para seus 357.000 funcionários dos 192 países onde está presente. “Prevenir” (com políticas e procedimentos, comunicação do programa e

treinamento), “detectar” (auditorias, análises e controles) e “responder” (rastreamento global de casos reportados, consequências para a conduta inadequada e efetividade do monitoramento) são os pilares do programa. “Um ambiente limpo favorece os negócios. É um compromisso com a sociedade”, diz Henrique Paiva, diretor de relações governamentais e de sustentabilidade da Siemens. “Na verdade, uma empresa não é sustentável se não estiver em conformidade com as leis.”

#### 5.1.26 Eletro Eletrônicos – SCHNEIDER ELETRIC

A francesa Schneider Electric, fabricante de material elétrico, traçou uma estratégia global para promover a diversidade em seu quadro de funcionários. Hoje, a empresa já tem uma política de inclusão consolidada, cujo objetivo é fomentar a igualdade de gênero e incluir as minorias. Essas iniciativas são desenvolvidas em torno de três eixos principais: acesso às minorias, políticas inclusivas e treinamento para os funcionários.

No primeiro eixo estão, por exemplo, os programas que estimulam a contratação de mulheres e seu acesso a cargos de liderança.

O segundo eixo diz respeito à inclusão. A Schneider Electric adota iniciativas como a concessão de licença-maternidade de seis meses e de paternidade de 20 dias (inclusive para casais homossexuais e para pais adotivos), e a inclusão do parceiro de mesmo sexo no seguro de vida e no plano de saúde. Uma preocupação da empresa é com a equidade de remuneração.

O terceiro eixo é a educação para que os funcionários tenham clareza sobre o que significa diversidade e inclusão. São semanas de aprendizado que acontecem globalmente para combater o que Morais (2011) chama de “viés oculto”, ou seja, o preconceito que pode estar no inconsciente.

#### 5.1.27 Energia – EDP

A EDP Brasil, companhia com atuação nas áreas de distribuição, comercialização e soluções em energia, geração e transmissão, foi eleita a empresa mais sustentável do setor de energia elétrica do guia exame de sustentabilidade na edição de 2017. Os objetivos da empresa em desenvolvimento sustentável estão em

linha com os compromissos em gerar valor econômico, gerir assuntos ambientais e climáticos, desenvolver pessoas e melhorar a sua confiança.

Pois de acordo com o instituto Ethos, quando a empresa investir nos trabalhadores, gerar valor econômico e assuntos ambientais, geralmente está contribuindo com a comunidade e com moradores das áreas adjacentes, o impacto da empatia gerada com a comunidade tem grande reflexo na motivação e integração desses funcionários.

A EDP entende esse reconhecimento como resultado de um constante amadurecimento da prática de sustentabilidade em energia solar distribuída. A empresa EDP, uma das maiores operadoras europeias do setor energético, está presente em 13 países. No Brasil, conta com mais de 2927 colaboradores próprios.

#### 5.1.28 Energia – AES BRASIL

A AES está investindo na implantação de redes elétricas inteligentes, com o projeto iniciado em 2013 e que deve ser concluída em 2019, a empresa quer mudar totalmente a forma como distribui energia elétrica. Por meio de sua controlada AES Eletropaulo, a companhia está digitalizando todo o processo, com a instalação de medidores inteligentes nos imóveis de clientes residenciais e corporativos.

Além do ganho financeiro, a AES quer uma revolução na maneira como se relaciona com os clientes. Eles terão acesso ao consumo de energia em tempo real, e não somente quando recebem a conta no fim do mês. Os clientes não precisarão mais ligar para a AES para comunicar uma interrupção no fornecimento de energia. A concessionária automaticamente identificará o problema e, dependendo do caso, poderá corrigir a falha remotamente. Isso evitará deslocamentos desnecessários da frota da empresa, reduzindo as emissões de gases de efeito estufa com o transporte. Mas o grande diferencial é a conexão que esse novo sistema terá com outras fontes de energia limpa, como a eólica e a solar. O cliente poderá produzir a própria energia em casa, por exemplo, instalando placas fotovoltaicas. Se houver excedente de energia, poderá vendê-la para a distribuidora.

No capítulo três aqui referido, Kotler e Armstrong (2003) chamam o que a empresa AES faz de marketing de relacionamento onde a empresa cria, mantém e aprimoram fortes relacionamentos com os clientes e outros interessados.

### 5.1.29 Energia – CPFL

A CPFL concessionária que atua no interior de São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Paraná, distribuindo energia para 9,1 milhões de consumidores passou a ser eficiente. Para isso, a empresa começou a analisar seus principais problemas internos e externos. Um deles são as interrupções no fornecimento de energia, que causam transtornos aos clientes. Ao levantar os principais motivos que provocam as interrupções, a empresa confirmou uma suspeita: as quedas de árvores na fiação representavam um imenso problema. Em alguns municípios, esse fator chegava a ser responsável por metade dos problemas de interrupções na rede elétrica.

A CPFL já distribuía um guia com as melhores práticas de arborização para os municípios, dando dicas sobre as melhores espécies a serem plantadas próximas dos fios de eletricidade, por exemplo. Mas, com o passar do tempo, a iniciativa mostrou-se insuficiente. A CPFL passou, então, a atuar com o poder público de cada cidade e criou um programa chamado Arborização Mais Segura. “Mapeamos as árvores que representavam riscos e começamos a ajudar as prefeituras a substituí-las”, diz Rodolfo Sirol, diretor de sustentabilidade da CPFL. Depois de selecionar as árvores para substituição e receber as respectivas autorizações ambientais, a empresa iniciou o plano de troca e plantio de mudas de espécies apropriadas ao contexto urbano.

Para compensar o impacto das retiradas, a CPFL decidiu ir além da mera troca. A cada unidade substituída, pelo menos dez mudas seriam doadas às prefeituras. É o que pensa também o Instituto Ethos, pois com o investimento da empresa em ações que tragam benefícios para a comunidade é uma compensação justa, como dito anteriormente.

### 5.1.30 Energia – ELEKTRO

A Elektro, distribuidora de energia em São Paulo e Mato Grosso do Sul, viu-se diante de um desafio na cidade de Iguape, no litoral paulista. Em 2013, quando a concessionária assumiu a gestão da rede elétrica daquela região, a estrutura de distribuição do centro histórico da cidade estava toda comprometida em

consequência da deterioração causada pelo tempo e pela maresia. Uma simples troca de fios e postes, contudo, não seria possível porque boa parte da área é tombada como patrimônio histórico, o que impede até mesmo o corte de determinadas árvores.

Diante desse impasse, a Elektro decidiu criar um comitê de sustentabilidade para analisar o que poderia ser feito na região. A tarefa do comitê, formado por sete pessoas, é buscar a melhor forma de realizar as intervenções da empresa. Dependendo do tamanho da reforma ou da instalação, o comitê pode receber auxílio de outros funcionários espalhados pelo país. O retorno do investimento não demorou a aparecer. “Tudo isso mostra que um olhar sustentável pode trazer benefícios para todos os envolvidos, inclusive para a própria empresa”, diz Souza.

#### 5.1.31 Energia – ENEL

A distribuidora italiana Enel, que atua nos estados de Rio de Janeiro, Goiás e Ceará. Criou um projeto batizado de Luz Solidária, que beneficiou as pessoas. Ao comprar um aparelho, geladeira, freezer ou ar-condicionado, nas lojas credenciadas, o cliente deve fazer uma doação a um projeto social de sua escolha.

Com essa doação, cujo valor varia conforme o preço do produto comprado, o cliente ganhou um desconto de até 50% no aparelho novo. A Enel garante uma compensação ao lojista, que entrega o produto na casa do consumidor e retira o aparelho antigo. “O cliente que está com as contas em dia tem direito a participar desse programa. Além do desconto na compra de um aparelho novo e mais eficiente, ele ajuda no descarte correto do eletrodoméstico velho”, diz Carlo Zorzoli, presidente da Enel.

#### 5.1.32 Energia – ENGIE

A empresa Engie é maior geradora privada de energia do Brasil, com 32 usinas em operação em 15 estados e capacidade para produzir 6% da energia consumida no país. Os centros de cultura e sustentabilidade que a empresa vem construindo em suas regiões de atuação são um grande exemplo. Entre os principais objetivos dos centros, estão à valorização de costumes e tradições locais

e a inclusão social. “Esses espaços são um aliado importante para a transformação social das comunidades onde atuamos, concentrando num único empreendimento os mais diversos espaços de convívio comunitário”, diz Sattamini.

É o que diz o instituto Ethos no capítulo três deste trabalho, o respeito aos costumes e culturas locais e o empenho na educação e na disseminação de valores sociais devem fazer parte de uma política de envolvimento comunitário da empresa, resultado da compreensão de seu papel de agente de melhorias sociais.

A Engie participa com 20% das despesas das atividades de cada centro cultural, o que significa um aporte de quase 1 milhão de reais por ano em cada entidade. Quanto ao restante da verba, a associação gestora do centro deve buscar no mercado e gerar receitas próprias, com locação de espaço para eventos e realização de oficinas e shows.

#### 5.1.33 Energia – LIGHT

A empresa Light, que leva energia elétrica a 10 milhões de consumidores em 31 municípios, sente-se integrada às comunidades de sua área de concessão. Essa proximidade com os clientes é fundamental para diminuir os prejuízos com o furto de energia, um problema e tanto, para tentar reduzir as perdas no longo prazo, a saída é investir nos futuros consumidores, sobretudo nas áreas de maior incidência dos chamados “gatos”. O instituto Ethos acredita que a comunidade em que a empresa está inserida fornece-lhe infraestrutura e o capital social representado por seus empregados e parceiros, contribuindo decisivamente para a viabilização de seus negócios.

Com esse objetivo, o projeto Light nas Escolas, iniciado em 2010, capacita professores, outros funcionários das escolas e pais dos alunos para conscientizar os jovens sobre temas relacionados à eficiência energética e ao consumo consciente.

Após a capacitação em sala de aula, os alunos podem conhecer outro programa de conscientização da companhia, o Museu Light de Energia. Cerca de 90.000 pessoas já visitaram o museu, aberto em 2012 na região central do Rio de Janeiro. Quase 5 milhões de reais já foram investidos no espaço, onde é possível, de forma lúdica, vivenciar as mesmas questões abordadas no Light nas Escolas, como observar o caminho da energia elétrica nas redes de distribuição. Ambos os

programas são administrados pelo Instituto Light. “A falta de consciência pode levar uma pessoa a furtar energia, usá-la de forma descontrolada ou, até mesmo, realizar um serviço perto da rede elétrica e se acidentar, arriscando a própria vida”, diz Amaral. “Um dos caminhos que encontramos para trabalhar essas questões é por meio da educação e cultura.”

#### 5.1.34 Farmacêutico – MERCK

A Merck é uma indústria farmacêutica bastante antiga, pois foi fundada em 1668 na Alemanha e mesmo com seus quase 350 anos de existência a empresa não abriu mão da modernidade e passou a atuar na redução de recursos e ampliação do acesso a seus medicamentos, processo que lhe proporcionou um faturamento de 1,2 bilhões de reais, bem como o título de mais sustentável no setor que atua.

Com a inauguração de uma nova linha de produção que adicionou uma capacidade de produção de 1 bilhão de comprimidos por ano, a Merck deu um grande passo, mantendo-se ambientalmente eficiente, uma vez que com a modernização de sua fábrica, bem como do uso de equipamentos de última geração foi possível reduzir os resíduos e consequentemente os custos.

#### 5.1.35 Farmacêutico – ARENALES (pme)

A Arenales, uma empresa farmacêutica familiar especializada em produtos homeopáticos para animais, iniciou suas atividades em Presidente Prudente, no interior paulista, em 2000. Sua fundadora e diretora-geral, a bióloga e médica veterinária Maria do Carmo Arenales, percorreu um longo caminho em busca da autorização legal para fabricar e comercializar medicamentos homeopáticos específicos para animais, produtos destinados ao tratamento de bovinos, equinos, caprinos, ovinos e suínos, além de pequenos animais como cães, gatos, aves e peixes.

A preocupação ambiental de Arenales também está presente em sua fábrica. Todo o lixo gerado pela empresa é separado e armazenado de forma que possa ser reciclado. A água é usada com o máximo de eficiência por meio da captação de chuva e da reutilização da água descartada pelo destilador. Assim, a

empresa economiza, por ano, 108 000 litros do recurso. O próximo passo para tornar a fábrica ainda mais amigável para o meio ambiente é a implantação de um sistema de aquecimento solar da água, o que está previsto para 2019.

#### 5.1.36 Farmacêutico – NOVARTIS

A farmacêutica suíça Novartis investiu 222 milhões de reais em pesquisas clínicas no Brasil, beneficiando mais de 30 000 pacientes. Essas pesquisas são fundamentais para desenvolver medicamentos para tratamento e prevenção de diversas doenças.

Para alcançar esse objetivo a empresa criou um comitê de diversidade e inclusão que é formado em parte por pessoas com deficiência e mulheres, cujo objetivo é sugerir e desenvolver 25 iniciativas anuais acerca do tema, incluindo programas de desenvolvimento da mulher no trabalho e campanhas de conscientização sobre a importância da diversidade.

Outro valor corporativo incentivado pela Novartis é a ética. “Nosso lema é que a maneira como são atingidos os resultados é tão importante quanto, ou até mais importante do que, os resultados em si”, afirma José Antônio Vieira, presidente da Novartis. Isso se traduz, no dia a dia da empresa, em treinamentos sobre o código de conduta e na remuneração variável dos executivos, que leva em conta o aspecto comportamental na definição de bônus. O trabalho de reforço da ética está refletido no estudo anual de clima realizado com funcionários. A pesquisa de 2017 revela que 92% do público interno entende o código de conduta e sabe como aplicá-lo; e 90% afirmam que cultivar um elevado padrão ético é mais importante do que atingir metas.

#### 5.1.37 Farmacêutico – ROCHE

Fundada em 1896, na Suíça, a Roche atua em mais de 100 países por meio de duas divisões: farmacêutica, na qual se destaca em terapias do câncer e diagnóstica, na qual é líder mundial em testes diagnósticos *in vitro*. Paralelamente, a Roche está usando seu conhecimento na área para convencer governos estaduais a investir na prevenção e na detecção precoce do câncer do colo de útero.

A companhia adquiriu conhecimento prático importante ao realizar projetos sociais, essas ações envolveram 70 cirurgias para retirada de lesões e biópsias. Além de contribuir para melhorar a saúde pública no Brasil, a aproximação com governos serve ao propósito da Roche de obter 50% de seu faturamento no país com vendas ao setor público, no ano passado, essa fatia girou em torno de 25%.

#### 5.1.38 Hotelaria – GRUPO CATARATAS (pme)

No setor de hotelaria o Grupo Cataratas foi eleito o mais sustentável no ramo que atua, uma vez que com 3,5 milhões de visitantes por ano, os parques sob a administração do Grupo Cataratas viram referência no setor turístico e ajudam na conservação do meio ambiente. O Grupo Cataratas além de controlar serviços de bilheteria, estacionamento, ambulatório, restaurante, dentre outros, é responsável também pela limpeza das áreas de visitação.

Com uma proposta de preservação ambiental por meio de uma biodiversidade lúdica a empresa tem contribuído para a preservação da flora e da fauna ao mesmo tempo em que atribui receitas geradas pelo turismo para o município onde tem atuação. Tais estratégias lhe renderam o título de mais sustentável no setor de hotelaria.

#### 5.1.39 Hotelaria – GRUPO RIO QUENTE (pme)

O Grupo Rio Quente, que explora águas termais em um complexo hoteleiro com parque aquático em Goiás, diminuiu de forma significativa o consumo de óleo diesel para gerar energia. A redução foi possível porque a empresa entrou no mercado livre de energia, que permite a negociação direta entre consumidores e empresas elétricas. Aberto somente para quem tem contratos mensais elevados de fornecimento de energia, esse mercado possibilita ao consumidor escolher de quem comprar energia.

Com acesso a melhores condições contratuais, como eletricidade mais barata em comparação com o mercado tradicional controlado pelas concessionárias, o Grupo Rio Quente pode aposentar os geradores, que serviam para reduzir os custos no horário de alto consumo.

Como o Grupo Rio Quente utiliza águas termais provenientes de 18 nascentes próximas, era fundamental encontrar uma forma de obter cloro que fosse economicamente viável e que não envolvesse o transporte, a manipulação ou a armazenagem de produtos químicos, para não trazer riscos ambientais.

Para obter cloro de forma sustentável, a empresa decidiu então investir na compra de equipamentos para fazer a eletrólise, a separação dos elementos de um composto com o uso da eletricidade, de uma solução formada apenas por água e sal. Ou seja, para obter cloro para a limpeza das piscinas, basta usar água, sal e eletricidade.

#### 5.1.40 Infraestrutura – ECORODOVIAS

O grupo Ecorodovias que tem um faturamento de 3,1 bilhões de reais e com um número de funcionários que chega 4.500, administra sete rodovias no sudeste e sul do país, buscando sempre ajudar na diminuição de poluentes. Uma de suas obras mais conhecidas, a rodovia dos imigrantes, que liga a capital de São Paulo a baixada santista inaugurada em 2002 foi alvo de discussões, pois adentra a numa porção da mata atlântica na região da serra, mas a empresa, que sempre demonstrou preocupação com o meio ambiente alterou alguns pontos que evitaram a emissão de 389 000 toneladas de dióxido de carbono, impedindo assim causar um dano ambiental de 68 milhões de reais.

A referida empresa é pioneira na área, uma vez que investe em ferramentas de trabalho que preservam o meio ambiente, um de seus mais novos investimentos foi à aquisição de cinco carros elétricos que começaram a fazer parte da sua frota de inspeção de tráfego, o projeto é que nos próximos anos toda a frota de inspeção possa ser constituída por este tipo de automóvel.

#### 5.1.41 Infraestrutura – GRUPO CCR

O Grupo CCR é uma das maiores empresas de infraestrutura do país. Foi pensando nos impactos que tamanha demanda pode causar ao meio ambiente que a companhia acompanha, desde 2012, as emissões de gases de efeito estufa em suas vias. A equipe se concentrou, então, em rever os processos e a gestão da infraestrutura. Assim, desenvolveu planos de eficiência energética, como a

instalação de sensores de presença em passarelas, a substituição de lâmpadas convencionais por outras de menor impacto e a realização de campanhas de consumo consciente de energia.

O Centro de Pesquisas Rodoviárias, mantido pela empresa, desenvolveu o asfalto morno, diferentemente do tradicional, que atinge temperatura de até 200 graus, esse não ultrapassa os 70 graus. A mistura requer menos combustíveis no processo de usinagem e, conseqüentemente, reduz as emissões de gases de efeito estufa. Além disso, a CCR passou a adotar projetos de engenharia que levem em conta a redução do consumo de energia e água e da geração de resíduos nas obras.

#### 5.1.42 Infraestrutura – SANTOS BRASIL

Educar e estimular funcionários a adotar práticas sustentáveis no dia a dia pode render bons frutos. Prova disso é o projeto Motorista Sustentável, da Santos Brasil, uma das principais empresas de movimentação de contêineres em portos do país. O nome do programa é autoexplicativo: o motorista é peça-chave. A empresa entendeu que, para reduzir o impacto ambiental causado por sua frota de 135 caminhões, precisaria conscientizar os operadores da urgência do tema. Isso porque ainda é preciso usar combustível fóssil, que emite dióxido de carbono, um dos gases de efeito estufa, para a operação dos veículos.

A companhia passou a promover palestras e a discutir, com os 156 motoristas, maneiras de emitir menos gases na atmosfera por meio da adoção de rotas inteligentes. Os que conseguem os melhores resultados são gratificados financeiramente. Outras medidas foram tomadas para reduzir o impacto ambiental causado pelas operações da Santos Brasil. Nos últimos anos, a companhia modernizou sua frota com a aquisição de caminhões com motores que devem ser abastecidos com o diesel S-10, que emite menos enxofre na atmosfera. A preocupação com a preservação do meio ambiente se estende ao uso dos recursos hídricos. Há dois anos, a Santos Brasil adotou um sistema de lavagem a seco de seus caminhões e equipamentos.

#### 5.1.43 Instituições Financeiras – GRUPO BB E MAPFRE

As instituições financeiras não são muito lembradas quando o assunto é sustentabilidade, mas o grupo BB e MAPFRE em parceria com o Sebrae e o grupo Segurador Brasil disponibilizaram cursos gratuitos sobre sustentabilidade aos seus fornecedores buscando induzir melhores práticas no que diz respeito ao meio ambiente. Um exemplo dos esforços da empresa são os cursos oferecidos sobre os processos sustentáveis e gestão de negócios para os prestadores de serviços que fazem o atendimento dos clientes do segmento de automóveis (gerentes de oficina mecânica, de funilarias e pintura).

O intuito da organização é mostrar aos pequenos e micro empresários a importância de investir de forma contínua em melhorias. Sendo também o grupo que iniciou outro projeto na área de educação: a Academia de sustentabilidade que incorpora à sua análise as variáveis naturais, sociais e de governo nos negócios. O grupo foi reconhecido como o mais sustentável do setor, com um faturamento 15,8 bilhões no ano de 2016, tendo um quadro de 5.879 funcionários até então.

#### 5.1.44 Instituições Financeiras – BRADESCO

Aproveitar as ideias inovadoras que podem surgir fora da organização e aplicá-las internamente, testando as soluções na prática, é a lógica por trás do inovaBra Startups, um programa de inovação aberta criado em 2014 pelo Bradesco para apoiar *startups* que desenvolvem soluções em diversas áreas que possam ser adaptadas ao setor financeiro. Os *startups* recebem mentoria dos técnicos do banco sobre diversos temas e podem realizar testes controlados com grupos de clientes.

Uma das iniciativas apoiadas pelo inovaBra é a *Ewally*, plataforma digital que adota uma tecnologia que permite oferecer, com mais segurança, serviços financeiros à população não bancarizada, como transferências de dinheiro, pagamentos de contas e recargas de celulares. Outro *startup* acelerada pelo programa é a Rede Frete Fácil. Ela desenvolveu uma plataforma de logística que conecta as empresas que precisam transportar mercadorias com os caminhoneiros autônomos.

#### 5.1.45 Instituições Financeiras – ITAÚ UNIBANCO

Há quatro anos, o banco Itaú Unibanco fez um estudo para compreender o universo de mulheres empreendedoras no país e constatou que os principais desafios estavam ligados ao pouco conhecimento sobre gestão e à falta de *networking* para ampliar vendas ou acessar novos fornecedores. A instituição também identificou uma característica comum no público feminino: talento para criar negócios e incorporar inovações, mas dificuldade para fazer os projetos decolarem. Um dos motivos era o fato de não saberem lidar com finanças.

Para mudar esse cenário, o banco criou o programa Itaú Mulher Empreendedora, em parceria com a Corporação Financeira Internacional, do Banco Mundial, e com o Banco Interamericano de Desenvolvimento. Assim, o Itaú passou a oferecer uma série de ações presenciais e online para capacitar e conectar empreendedoras.

No site, além do conteúdo ligado a marketing, vendas, finanças e trajetórias inspiradoras, as empreendedoras podem se cadastrar para ter acesso a uma área exclusiva, na qual podem publicar cartões de visita e trocar mensagens para firmar parcerias comerciais. Atualmente, mais de 6 000 mulheres estão cadastradas nesse espaço.

#### 5.1.46 Instituições Financeiras – SANTANDER

Ao longo de 2016, o banco Santander concedeu quase 3 000 bolsas a estudantes brasileiros, das quais um terço na forma de bolsas de estágio, cujo número cresceu 270% em relação ao ano anterior. Nesse tipo de bolsa, o Santander patrocina quatro meses de estágio de universitários em pequenas e médias empresas que são clientes do banco, oferecendo um auxílio mensal em torno de 900 reais.

“Com a bolsa de estágio, atuamos na formação dos jovens, incentivamos a criação de emprego e também apoiamos o empreendedorismo. É uma iniciativa relevante em momentos de crise.”, afirma Marcos Madureira, vice-presidente de comunicação e sustentabilidade do Santander Brasil. Em 2017, a instituição está oferecendo mais 1 100 bolsas de estágio, podem se candidatar alunos de graduação de qualquer universidade do país.

O apoio financeiro a estudantes universitários é uma das iniciativas no âmbito do Santander Universidades, um programa global do banco que já existe há duas décadas. Em 1997, o banco decidiu que apoiar universidades seria a melhor forma de mostrar seu compromisso com a sociedade do futuro e com os países onde atua.

#### 5.1.47 Material de Construção – DURATEX

A Duratex S.A. é uma empresa brasileira, privada e de capital aberto, controlada pela Itaúsa – Investimentos Itaú S.A – e pela Companhia Ligna de Investimentos. Com as marcas Deca, Hydra, Durafloor e Ceusa, é considerada uma das 10 maiores empresas do mundo nos setores nos quais atua e a maior produtora de painéis de madeira industrializada e pisos, louças e metais sanitários do Hemisfério Sul. Com sede em São Paulo, possui 17 unidades industriais.

O grupo que teve em 2016 um faturamento de 3,3 bilhões possui 11 055 funcionários. No setor de material de construção, a Duratex ficou em um honroso primeiro lugar, pois recicla, reutiliza ou reaproveita 80% dos rejeitos em suas 22 unidades industriais e florestais, tendo como meta alcançar ainda mais sustentabilidade. Para isso, aumentou seu investimento que passou a ser de 41 milhões de reais no ano de 2016.

De acordo com Lopes, esse pensamento da empresa trata-se basicamente de administrar os recursos de forma satisfatória, de modo a evitar os desperdícios e minimizar os custos e favorecer o processo de sustentabilidade.

#### 5.1.48 Material de Construção – MASISA

A Masisa Brasil, filial da chilena Masisa, uma das líderes na produção de painéis de madeira para móveis na América Latina, vem realizando um esforço para eliminar os desperdícios em suas fábricas.

Agora, a Masisa dá mais um passo para reduzir os desperdícios — de novo, inspirando-se nos japoneses. Esse método consiste na disposição do material correto, no lugar certo e na quantidade adequada, para reduzir desperdícios, mas sem abrir mão da flexibilidade em mudar o que for necessário. “Ao eliminar as perdas nos processos, a qualidade dos produtos melhora e o tempo de fabricação e

os custos diminuem”, diz Renato Lovizaro, diretor de operações da Masisa. “Reduzimos significativamente as perdas de papel impregnado (usado para revestimento) sem gerar resíduos.”

Em outra frente de atuação, a Masisa trabalha para alcançar o objetivo de “zero resíduo”, a meta é eliminar a destinação de rejeitos para aterros industriais até 2025. Desde então, a empresa tem buscado alternativas para reaproveitar os resíduos do processo produtivo, aliando-se a parceiros com tecnologia para reciclagem, reaproveitamento e compostagem dos rejeitos.

#### 5.1.49 Mineração, Siderúrgica e Metalúrgica – NEXA

Com um faturamento de 2,4 bilhões de reais e 3.605 funcionários, a Mineração, Siderúrgica e Metalúrgica NEXA, que se origina da união da Votorantim metais com a empresa peruana Milpo, é outra empresa que recebeu o reconhecimento por seus esforços no que tange a sustentabilidade. A empresa fez a abertura do seu capital na bolsa de valores de Nova York conseguindo capitalizar 570 milhões de reais, deste valor estima-se que 15 milhões sejam direcionados para projetos de extração de minérios, mas sempre mantendo as ações de responsabilidade socioambientais.

Em 2016, o grupo lançou o programa Mining Lab, que busca soluções nas áreas de nanotecnologia e energias renováveis. O objetivo é encontrar aplicações para recuperar partículas durante os processos, a separação de minerais de suas impurezas e acabar com o uso de fontes que são utilizadas nos dias atuais na mineração por alternativas mais sustentáveis, como por exemplo: a biomassa, biogás e energia solar. Essa dentre outras iniciativas levaram o grupo ao primeiro lugar no ranking nacional.

#### 5.1.50 Mineração, Siderúrgica e Metalúrgica – ALCOA

Em dois anos, o programa da Alcoa para educação sobre sustentabilidade já atingiu 400 educadores e 43 mil estudantes nos estados de Minas Gerais, Maranhão, Pernambuco, São Paulo e Santa Catarina. “A ideia do projeto é fazer com que essa geração conectada com o mundo crie soluções baseadas nos problemas locais.”, explica Otavio Carvalheira. Divididos em missões,

Carvalheira e a presidente da fundação Alcoa, Rosa Piñeiro, conferem as ações do programa como limpeza de praças, revitalização de bibliotecas, sensibilização em relação ao descarte correto de resíduos, segurança no trânsito e a promoção da leitura.

#### 5.1.51 Mineração, Siderúrgica e Metalúrgica – APERAM

A Fabricante de aços inoxidáveis, aços elétricos (usados em equipamentos elétricos) e aço-carbono (liga metálica que combina ferro com carbono), a siderúrgica Aperam criou no Brasil um comitê de *compliance*. O objetivo é discutir ações que promovam o respeito ao código de conduta e coíbam a corrupção na empresa. “Operamos em um mercado no qual o Brasil passa por problemas de corrupção e de *compliance*.”, afirma Frederico Ayres Lima, presidente da Aperam. “E, apesar de nunca termos tido nada próximo disso, todo mundo olha e questiona o que está havendo.”

Os funcionários da Aperam também receberam orientações. Eles assinaram um termo que estabelece diretrizes para que interesses pessoais não entrem em conflito com deveres profissionais. Essa declaração deve ser feita anualmente e na integração do novo funcionário. Caso o empregado declare haver conflito de interesses, o comitê de *compliance* tomará as ações que julgar adequadas, como requerer que o funcionário se abstenha de participar de determinadas discussões ou de se envolver em certos assuntos. Assim, ela tenta fazer com que a ética prevaleça tanto nas relações internas como de fora para dentro.

#### 5.1.52 Mineração, Siderúrgica e Metalúrgica – ARCELORMITTAL

Atenta à necessidade de reduzir impactos ambientais e economizar energia, a ArcelorMittal, maior produtora de aços longos e planos da América Latina, introduziu em sua usina em Juiz de Fora, Minas Gerais, um projeto-piloto inovador. A nova tecnologia permite aproveitar a energia térmica gerada no processo de queima de carvão vegetal nos altos-fornos da siderúrgica e transformá-la em energia elétrica. Com a investida, a empresa espera reduzir as emissões de gases de efeito estufa em 650 000 toneladas por ano.

#### 5.1.53 Mineração, Siderúrgica e Metalúrgica – NOVELIS

O destaque da Novelis ficou por conta do projeto de Economia Circular. A empresa conseguiu ampliar o uso de sucata em suas fábricas no Brasil. De cada dez latas descartadas no país, sete são reaproveitadas pela fabricante. A melhoria geral dos processos e a importação de sucata permitiu que o índice de aproveitamento de material no total de matéria-prima utilizada pela empresa saltasse de 62% no ano fiscal de abril de 2015 a março de 2016, para 69%, entre abril de 2016 e março de 2017. “Ganhamos capacidade instalada para os processos de sucata, investimentos na cadeia de suprimentos, além de termos reforçado nos últimos anos a importação de produto para reciclar”, explica Tadeu Nardocci.

#### 5.1.54 Papel e Celulose – KLABIN

A Klabin, maior produtora e exportadora de papéis do Brasil, única companhia do país a fornecer ao mercado solução em celuloses de fibra curta, fibra longa e fluff é líder nos mercados de embalagens de papelão ondulado e sacos industriais. Entre as muitas iniciativas, a empresa se destacou com as iniciativas na unidade puma da Klabin, uma das mais modernas e sustentáveis fábricas de celulose do mundo, localizada em Ortigueira (PR). A redução da emissão de gases de efeito estufa é um dos 13 princípios da política de sustentabilidade da companhia, além do investimento para alcançar a autossuficiência energética. Atualmente 86% da matriz energética da companhia é composta de fontes renováveis, inclusive a partir da utilização de resíduos do cozimento da madeira e vapor de biomassa.

#### 5.1.55 Papel e Celulose – FIBRIA

A Fibria, maior produtora de celulose de eucalipto do mundo, inaugurou a segunda linha de produção de sua fábrica em Três Lagoas, Mato Grosso do Sul. A empresa espera com isso ampliar a capacidade produtiva em quase 40%, para 7,25 milhões de toneladas de celulose por ano, a nova unidade traz uma série de inovações na construção, na operação, nos processos industriais e florestais e no relacionamento com a comunidade no entorno.

Uma das novidades é um viveiro automatizado de mudas de eucalipto. Para atender à demanda de 43 milhões de mudas por ano, técnicos da empresa foram conhecer a tecnologia empregada na fabricação de flores na Holanda e, de volta ao Brasil, desenvolveram um sistema automatizado de irrigação e uma estação meteorológica particular. A irrigação permite o manejo da nutrição das plantas, e a estação faz a abertura e o fechamento automático de tetos retráteis de acordo com as condições do clima. A estação também mede a intensidade de energia solar no viveiro, permitindo um controle da quantidade de água necessária às plantas.

#### 5.1.56 Químico – BASF

A empresa Químico-BASF teve em 2016 um faturamento de 8,4 bilhões de reais. Contando com um quadro de 3.942 funcionários. Para a BASF, a responsabilidade de uma indústria vai muito além do impacto dos seus produtos ou as paredes de suas fábricas, a empresa alemã entende que há necessidade de estudar melhores maneiras de transportar seus produtos, como o uso de embalagens menores, visando reduzir o número da frota de caminhões, para que assim, possa diminuir as emissões de gases (carbônico) poluentes e conseqüentemente os impactos ambientais por eles gerados.

A BASF substitui o transporte terrestre de seus produtos pelo marítimo sempre que há rotas disponíveis como, por exemplo: o trajeto entre as fábricas de São Bernardo do Campo, em São Paulo, Jabotão dos Guararapes e em Pernambuco, o que causou um ganho ambiental expressivo, visto que, a cada 5.000 toneladas da carga transportada via marítima, no lugar da terrestre evitam emissões equiparadas a 15 voltas de um caminhão. Atuações assim, levaram a empresa ao destaque que tem atualmente, no que se refere a auto sustentabilidade no setor químico.

#### 5.1.57 Químico – BERACA

A paulista Beraca, cujo nome significa “bênção” em hebraico, é a maior produtora de ingredientes da biodiversidade brasileira para a fabricação de cosméticos, fornecendo matérias-primas para gigantes mundiais do setor. Desde

2000, ela desenvolve um programa de “valorização da sociobiodiversidade” nas regiões onde obtém os insumos para produzir seus ingredientes.

O programa oferece hoje capacitação em técnicas de manejo sustentável a mais de 2.500 famílias de 105 comunidades em 12 estados, beneficiando indígenas, quilombolas, ribeirinhos e agricultores assentados. Em um estudo finalizado no primeiro trimestre, a Beraca mediu o impacto do desmatamento que conseguiu evitar com suas iniciativas em quatro localidades na Amazônia.

Resultados como esse têm chamado a atenção dos clientes da Beraca interessados em parcerias e que pesam em proporcionar adequadas condições de higiene, trabalho e segurança, além de ouvir as necessidades e ultrapassar as expectativas dos utilizadores dos produtos.

#### 5.1.58 Químico – CLARIANT

Em vez de lamentar as consequências da falta de mão de obra qualificada, como as falhas na formação com que a maioria dos jovens chega ao mercado de trabalho, a Clariant decidiu agir para atacar suas causas. Multinacional suíça da área de especialidades químicas que produz insumos usados por indústrias em setores como cosméticos, tintas, plásticos e alimentos, a empresa, presente em 53 países, tem sua segunda maior fábrica do mundo em Suzano, na região metropolitana de São Paulo. Ela firmou parcerias com o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia e com uma escola técnica estadual para adequar os currículos escolares às necessidades do setor.

O programa começou com a identificação de tópicos importantes para a indústria química que, até então, não eram abordados nos cursos técnicos. A partir daí, foram organizadas atividades extracurriculares, como palestras de profissionais da companhia sobre temas diversos, incluindo a ética nos negócios, visitas técnicas para a apresentação dos processos produtivos e visitas à fábrica aos sábados, voltadas para os alunos iniciantes.

#### 5.1.59 Químico – DOW

Mais do que reciclar, circular. Para promover a circularidade da economia, em contraste com o atual modelo linear de produção, a americana Dow entende que

a sustentabilidade não deve estar associada apenas à reciclagem, mas também ao uso eficiente de matérias-primas.

Em outras palavras, o que é resíduo para a companhia pode ser um insumo valioso para outra empresa, como mostra um projeto implantado em 2016 na unidade industrial de Candeias, na Bahia. Lá, o resíduo sólido gerado no processo de produção de óxido de propileno e de outras substâncias, antes destinado a aterros, agora é aproveitado pelo Grupo Lafarge, a fabricante de material de construção usa o resíduo como insumo na moagem de clínquer, uma das matérias-primas para a produção de cimento. Com a iniciativa, deixaram de ser descartadas, por ano, 24 000 toneladas desse material.

#### 5.1.60 Químico – Lwart (pme)

Rerrefino. O termo soa estranho para quem não é do ramo, mas esse é o negócio da Lwart, indústria paulista especializada na coleta e na reciclagem de óleo lubrificante usado (o tal “rerrefino”, ou refinar de novo). Não é exagero dizer que a empresa tem a sustentabilidade na essência de sua atividade. Com fábricas em Lençóis Paulista, no interior de São Paulo, e Feira de Santana, na Bahia, a Lwart foi fundada em 1975, numa época em que a reciclagem de óleo lubrificante era o caminho para o Brasil reduzir as importações e garantir o abastecimento do produto.

Desde 2012, a Lwart tornou-se a única empresa na América Latina a processar também o óleo usado do chamado Grupo II, adotado por motores mais modernos. Por trás do processo de rerrefino há uma logística reversa complexa e bem azeitada. A Lwart coleta o óleo usado em oficinas, postos de serviços, centros de troca, concessionárias, transportadoras, indústrias, ferrovias, portos e aeroportos, num total de 70 000 pontos espalhados por mais de 3 900 municípios brasileiros. Ao recolher o óleo usado, a Lwart emite um documento atestando que a fonte geradora está dando um destino sustentável para o produto, como exige a legislação ambiental.

#### 5.1.61 Químico – FIRMENICH

Talvez o mais desafiador dos “Rs” da sustentabilidade, que visam preservar os recursos da natureza (reduzir, reciclar e reutilizar), reduziro uso de

insumos pautou a recente reestruturação da fábrica de aromas em pó encapsulados da suíça Firmenich no Brasil, localizada no município de Cotia, na região metropolitana de São Paulo. Como explica o gerente-geral da empresa, Edson Silva, antes da modernização da fábrica, para cada 100 quilos de matéria-prima, a empresa conseguia obter 85 quilos de produto acabado, os 15 quilos restantes eram tratados e encaminhados para a compostagem ou para a incineração.

Com a nova tecnologia de produção, trazida da matriz, a taxa de conversão agora alcança 96% — ou seja, 96 quilos de produto acabado para cada 100 quilos de matéria-prima. Além disso, o gás refrigerante utilizado até então no processo foi substituído por outro menos tóxico e que causa menos efeito estufa, o consumo de energia caiu 20%, e o de água, 50%.

#### 5.1.62 Químico – WHITE MARTINS

Por mais de três décadas, a fabricante de gases industriais White Martins, representante da americana Praxair no Brasil, promoveu o Dia do Voluntariado. A empresa convocava seus funcionários no país, atualmente, 3.500 e, numa data específica do ano, eles iam a uma instituição social para realizar ações beneficentes, para dar continuidade a essa iniciativa a companhia decidiu desenvolver uma plataforma na internet, a Oxigenar.

Os funcionários agora podem usar a ferramenta para sugerir organizações e projetos a serem apoiados. Com a curadoria do Instituto da Criança, organização que desenvolve projetos nas áreas sociais, de educação e de desenvolvimento comunitário, os projetos ficam, então, acessíveis no portal, com as descrições detalhadas das vagas disponíveis para trabalhos voluntários e as habilidades exigidas para inscrição.

Um dos projetos de destaque, que envolve inclusive o alto escalão da White Martins, é o Inspirar, um programa de mentoria para 20 jovens selecionados pela entidade sem fins lucrativos. Por meio da Oxigenar, a empresa convidou profissionais com mais de dez anos em sua área de atuação para se tornarem mentores, e os preparou para o diálogo com a geração Y. Esses jovens, todos afrodescendentes, recebem bolsa de estudo da White Martins e participam de encontros presenciais e virtuais com seus mentores.

### 5.1.63 Saúde – SABIN

No setor da saúde, nenhuma outra empresa supera a SABIN, no que se refere à sustentabilidade. Fundada na capital do país - Brasília, há 33 anos, a empresa teve um faturamento de 726 milhões de reais em 2016 e conta com 3.772 funcionários. Só no ano de 2016, foram mais de 100.000 pessoas beneficiadas em cerca de dez estados do país pelas ações sociais financiadas pelo laboratório de medicina e diagnóstico. A SABIN criou o seu próprio instituto sem fins lucrativos há doze anos atrás com o objetivo de contribuir para a qualidade de vida dos moradores residentes dos locais onde o laboratório tem unidades. No ano de 2012, a empresa expandiu sua atuação para outros estados, deste então já abriu 8 laboratórios, com um investimento que chega a 3,9 bilhões, o grupo conseguiu impactar cerca de 1.000.000 de pessoas.

Outra preocupação do Sabin é com uma eventual crise hídrica, que afetaria diretamente as operações do laboratório. Por isso, a empresa pode usar água do poço artesiano da Companhia de Saneamento Ambiental, com outorga para 6 000 litros por hora, que lhe garante autonomia para 12 dias, sustentando a operação principal e o funcionamento predial. O laboratório também tem um sistema de irrigação de sua área verde no prédio que funciona como compensação ambiental para resfriar a construção. Ele é automatizado, com vazão, tempo e horário controlados.

### 5.1.64 Saúde –CENTRAL NACIONAL UNIMED

A Central Nacional Unimed resolveu se debruçar sobre a questão da longevidade na sociedade brasileira. Estudou a política nacional do idoso. E buscou ser um agente na discussão dessa questão tão complexa. O objetivo é encontrar maneiras de melhorar a qualidade de vida dessas pessoas e, por tabela, contribuir para reduzir o custo da saúde.

Apesar de ser uma empresa que opera basicamente com plano de saúde empresarial, a média etária dos conveniados é de 29 anos, a Unimed tem uma massa significativa de idosos. São 60 000 acima de 60 anos de idade. Com essa inquietude em relação à população mais velha e ao seu futuro, a instituição resolveu adotar medidas práticas. Começou com um projeto social em 2013, o Unimed Ativa,

por meio de um programa gratuito aberto à comunidade que oferece propostas de qualidade de vida e também cursos de formação de cuidadores de idosos.

Foram criadas oficinas com palestras sobre prevenção de quedas, um dos maiores problemas dos idosos, e outras questões que promovam a capacidade funcional das pessoas mais velhas. A Central Unimed também mantém o programa “Especialista em você: integralidade na saúde”. Trata-se de um projeto de orientação por telefone. Os idosos podem fazer consultas com geriatras e gerontologistas, além de uma equipe multidisciplinar.

#### 5.1.65 Saúde – GRUPO FLEURY

Uma das mais bem conceituadas redes de medicina diagnóstica do país, fundada em 1926 em São Paulo, o Grupo Fleury tem um setor na empresa dedicado a discutir estratégias e cuidar de implementá-las. O tema é tratado em três áreas distintas. São elas: estratégica, tática e médica. Nesta última, existem ações de mobilização social, em parceria com ONGs que passam por processos de seleção bastante criteriosos, e que levam funcionários da instituição, acostumados a lidar com as classes A e B das grandes metrópoles, para municípios menores com outras realidades e necessidades.

O grupo de medicina diagnóstica já havia realizado trabalhos com essas duas ONGs. Mas em 2017, começou um trabalho conjunto com os Doutores das Águas, que fazem atendimento médico em barcos para populações ribeirinhas no Amazonas. Os voluntários colheram cerca de 200 amostras de exames com o objetivo de verificar a existência de parasitas intestinais naquela comunidade.

Além disso, diversos programas de gestão ambiental são acompanhados pela empresa, sendo os principais relacionados à diminuição da geração de resíduos e à economia de recursos naturais, como energia, água e papel. Desde os anos 90, o Fleury realiza a coleta seletiva e destina adequadamente outros materiais com impacto negativo no ambiente, como reagentes químicos e filmes de raios X.

#### 5.1.66 Saúde – HOSPITAL ALBERT EINSTEIN

No Brasil, 84% dos partos realizados são cesáreas, de acordo com números da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS). Entre os profissionais

de saúde, há o consenso de que existe uma “epidemia de cesáreas”. Para reverter esse quadro, o Hospital Albert Einstein, um dos centros de medicina mais avançados do país, criou o programa Parto Adequado em parceria com a ANS, com o Ministério da Saúde e com o *Institute for Healthcare Improvement*, dos Estados Unidos. O objetivo é reduzir o número expressivo de cesáreas desnecessárias no Brasil. O programa começou em abril de 2015 e, no fim do ano passado, mostrou que está no caminho certo, a taxa de partos normais no Einstein subiu de 21% para 29% no período.

Outra iniciativa que vem beneficiando os pacientes do Einstein, é a intensificação do serviço de *home care*, ou atendimento domiciliar. Em situações comuns, as pessoas submetidas a uma cirurgia permanecem no hospital o tempo necessário para sua completa recuperação. Para os pacientes, muitas vezes, é um desconforto ficar um período longe de casa. Para o hospital, representa a impossibilidade de atender mais gente porque o leito está ocupado. Hoje, cada paciente internado permanece no hospital pouco mais de três dias, praticamente um dia a menos do que no início da década, quando o Einstein começou a ampliar a oferta de *home care*.

Com esse serviço, o hospital se muda para a casa do paciente, oferecendo toda a estrutura necessária para o pós-operatório, o que inclui cama especial e aparelhos de oxigênio e de ventilação mecânica. Os profissionais se mantêm próximos do paciente por meio de visitas frequentes, de acordo com as necessidades de cada caso. Ao sair do hospital em menos tempo, o paciente reduz também os riscos de contrair infecções próprias desse ambiente.

#### 5.1.67 Saúde – HOSPITAL SÍRIO LIBANÊS

Os funcionários do Hospital Sírio-Libanês, um dos centros de referência em medicina no país, localizado em São Paulo, são todos atendidos pela própria instituição médica. Não apenas eles, mas também seus familiares têm direito a agendar consultas e a realizar exames e cirurgias. São 12 000 pessoas incluídas no programa “Cuidando de quem cuida”, que em seu terceiro ano de existência, já é considerado um dos principais motivos para o alto índice de engajamento dos colaboradores 80%, de acordo com pesquisa recente, 10 pontos percentuais a mais em comparação com o registrado em 2014.

A atenção do médico de família é constante por estar à disposição dos colaboradores durante a semana inteira no ambulatório voltado apenas para eles. Com a saúde sendo tratada de perto nesse modelo, o paciente diminui a busca pelo atendimento de pronto-socorro.

#### 5.1.68 Saúde – UNITEDHEALTH

A cidade de Jaguariúna, no interior de São Paulo, passou por uma espécie de experimento social por cerca de nove meses, entre abril e dezembro do ano passado. Quase 40% da população foi envolvida em uma série de atividades voltadas para a adoção de um estilo de vida saudável. O comandante dessa intervenção foi o professor de educação física Marcio Atalla. Já o financiador foi o *UnitedHealth Group*, grupo de saúde que reúne Amil, Américas Serviços Médicos e Optum. “As pessoas devem viver cada vez mais anos. É parte do nosso papel fazer com que elas se questionem se estão vivendo com qualidade”, diz Odete Freitas, diretora de sustentabilidade do *UnitedHealth Group*. Para ela, é fundamental que as empresas de saúde se preocupem com o controle das doenças e com a qualidade de vida.

As pessoas que se inscreveram no projeto participaram de caminhada, oficina de nutrição, orientações clínicas e treinamento com agentes de saúde. Foram feitas ainda competições, com distribuição de prêmios, para estimular o movimento físico e afastar qualquer possibilidade de sedentarismo.

#### 5.1.69 Consultoria, Gestão e TI – EY

A EY, fundada na Inglaterra, no ano de 1849, ficou em primeiro lugar como a mais sustentável no setor de consultoria, gestão e TI, chegando a um faturamento 1,5 bilhões de reais e 5.046 funcionários. Só no Brasil, a EY teve sua primeira empresa fundada em 1959 no país, atualmente a companhia tem proporções globais com aproximadamente 248.000 funcionários em mais 150 países e faturamento que chega a 31 bilhões de dólares.

A EY criou um centro de inovação que deve estimular novas ideias de seus funcionários e novos negócios para os próximos 150 anos. A ideia principal do centro é manter a EY aberta e receptiva as mudanças que ocorrem o tempo todo no

mundo, exemplo disso é o Bayond Labs, que serve como um laboratório de ideias, que promove reuniões, workshops e cursos.

#### 5.1.70 Consultoria, Gestão e TI – IBM

Usar o tempo ocioso de computadores ao redor do mundo para processar dados de pesquisas científicas. É esse o objetivo do *World Community Grid*, um projeto da empresa de tecnologia da informação IBM que incentiva o voluntário, de maneira simples, a contribuir para o progresso da ciência. Para participar, basta se cadastrar na plataforma de colaboração coletiva. A partir daí, o tempo ocioso da máquina cadastrada passa a ser usado numa série de pesquisas mundiais nas mais diversas áreas. Ao se inscrever para participar do projeto, o voluntário pode deixar seu computador livre para qualquer um dos estudos em andamento ou escolher algum que lhe agrade.

A pesquisa trabalha em quatro frentes: a busca de uma forma de impedir a proliferação da doença do vírus zika, maneiras de controlar a população de mosquitos transmissores, o desenvolvimento de uma vacina e o tratamento para a doença. Funcionários da IBM trabalharam com cientistas e juntos determinaram os dados que precisam ser processados. No caso do *OpenZika*, são cerca de 30 milhões de compostos químicos que devem ser testados com a proteína do vírus. O tempo que os funcionários trabalham em parceria com os pesquisadores é contabilizado como horário de trabalho. Além de acelerar as novas descobertas, o programa prevê que todas as informações coletadas se tornem públicas.

#### 5.1.71 Consultoria, Gestão e TI – VERDE GHAIA (pme)

A verde Ghaia, fundada em 1999 em belo horizonte, é líder nacional do segmento de gestão de risco legal em sustentabilidade. A empresa oferece uma gama completa de soluções técnicas e jurídicas adequadas para gestão dos sistemas de meio ambiente, saúde e segurança do trabalho, responsabilidade social, qualidade e segurança de alimentos. As atividades incluem treinamentos, auditorias, consultorias, monitoramento da conformidade legal, assessoria jurídica e desenvolvimento de sistemas para cada uma dessas áreas. Também comercializa o SOGI, o mais completo software de gestão de sistemas do país.

A verde Ghaia é a empresa mãe de um grupo composto ainda pela VG Bioenergia (especializada em serviços de gerenciamento de resíduos indústrias, comerciais, domiciliares e orgânicos): instituto *Oksigeno* que investe na preservação do meio ambiente com a compensação das emissões de gases de efeito estufa por meio do plantio de árvores e VG Futura editora que publica matérias técnicas na área de sustentabilidade.

#### 5.1.72 Telecomunicações – ALGAR TELECOM

A ALGAR TELECOM trata-se de uma companhia mineira que teve um faturamento de 888 milhões de reais no ano de 2016 e possui 2.387 funcionários. A empresa busca soluções para os problemas urbanos, por essa e outras iniciativas foi eleita a empresa mais sustentável do setor de telecomunicações. Com ideias que vão de uma lixeira que avisa as equipes de coleta de lixo quando está cheia, até um bueiro que informa aos órgãos competentes que está prestes a entupir, estas e outras ideias estão sendo desenvolvidas e implantadas em um bairro de Uberlândia em Minas Gerais pelo grupo Algar.

A Telecom, operadora de telecomunicação do grupo Algar, para resolver problemas típicos da vida nas cidades que é o foco do projeto Cidade Conectada lançado em 2016 pela companhia, conta com inúmeras parcerias. A preocupação da empresa com o meio ambiente é evidenciada em algumas de suas ações, tal como a instalação de painéis de geração de energia solar em algumas unidades de seu programa de eficiência energética.

#### 5.1.73 Varejo – LOJAS RENNER

A gaúcha Renner trabalha para criar uma cadeia produtiva sustentável desde o campo até as lojas e agora procura engajar os consumidores. No Brasil, a varejista gaúcha Renner começou a identificar com etiquetas diferenciadas as peças confeccionadas com fios reciclados e fibra biodegradável extraída da polpa de madeira, há seis anos a empresa produz roupas com os fios desfibrados de tecidos descartados e tecelados novamente. A meta é chegar a cerca de 500 000 unidades, equivalente a 0,5% do volume produzido pela companhia. Hoje, 5% das peças vendidas pela varejista são feitas com algodão certificado, produzido com menos

água e agrotóxicos. Incentivar a participação do consumidor na reciclagem de peças também começa a ser uma bandeira das varejistas.

Pois, conforme a relação com a comunidade do capítulo três citado neste trabalho, a empresa também pode desenvolver projetos próprios, mobilizar suas competências para o fortalecimento da ação social e envolver seus funcionários e parceiros na execução e apoio a projetos sociais da comunidade (ETHOS, 2007).

#### 5.1.74 Varejo – COPAGAZ

As unidades de engarrafamento de gás de cozinha, o GLP, são espaços tradicionalmente arredios à presença feminina. Em parte, isso acontece por causa do esforço físico extenuante nesses locais para o manuseio de botijões que, cheios, pesam até 31 quilos. A distribuidora Copagaz, no entanto, está derrubando esse mito. É uma das poucas empresas do ramo que tem uma base de engarrafamento de gás comandada por uma mulher, como é o caso da unidade em Paulínia, no interior paulista. Além disso, um levantamento feito no ano passado mostrou que 15% das vendas da companhia estão sob direção feminina.

A empresa também apresenta avanços no controle da emissão de gases que causam o efeito estufa e eles atribuem os resultados obtidos nessas iniciativas à atuação de seu comitê de sustentabilidade. Criado em 2006, ele está diretamente ligado à presidência e tem grande capilaridade na empresa. Conta com representantes de 12 departamentos, em uma lista que abrange desde a engenharia até a tecnologia da informação, passando pelo marketing.

#### 5.1.75 Varejo – ULTRA

O Ultra controla a Ipiranga (postos de combustíveis), a Oxiten (química), a Ultragaz (distribuidora de gás), a Ultracargo (logística) e a Extrafarma (varejo farmacêutico). Em todos os braços do grupo, o tema sustentabilidade está presente. A rede Ipiranga, por exemplo, desenvolve postos ecoeficientes, com gestão controlada de água, energia e resíduos. Na área química, o foco é a reutilização e o tratamento de milhões de metros cúbicos de água por ano.

Pois, conforme dito aqui no capítulo três, pelo autor Nogueira (2003), não podemos concordar que falte água para o consumo humano em nosso país, ela

apenas precisa ser tratada como bem econômico que é essencial à vida, à saúde, à economia, na indústria, na agricultura e por todos os setores da sociedade.

Quadro 1 - As 75 empresas mais sustentáveis de 2017

ORDEM.	CATEGORIA/EMPRESA	FATURAMENTO(R\$)	ANOS DE PRESENÇA NO GUIA	Nº FUNCIONÁRIOS
	<b>AGRONEGÓCIO</b>			
1	Raizen	80,4 bilhões	2017	30,318
2	Bunge	36,1 bilhões	2009-2017	NI
3	Cargill	33 bilhões	2016-2017	8.861
4	Usina Coruripe	2,4 bilhões	2017	9.668
	<b>AUTO INDÚSTRIA</b>			
5	Grupo Volvo	2,1 bilhões	2014-2017	3.000
6	Baterias Moura	1 bilhões	2016-2017	5.404
	<b>BENS DE CAPITAL</b>			
7	Weg	9,8 bilhões	2005, 2014-2017	30.000
8	Aeris (pme)	465 milhões	2017	2.209
9	Tetra Pak	NI	2013-2015 e 2017	1.630
	<b>BENS DE CONSUMO</b>			
10	Natura	8 bilhões	2000-2017	6.379
11	Ambev	46,6 bilhões	2006,2013-2014 e 2016-2017	53.250
12	Avon	4,2 bilhões	2014-2017	6.000
13	Grupo Boticário	3,8 bilhões	2012-2017	9.000
14	Coca cola	NI	2013-2015 e 2017	69.000
15	L'oreal	2,2 bilhões	2014 e 2017	NI
16	Nestlé	5 bilhões	2001, 2015-2017	NI
17	Unilever	20,1 bilhões	2001,2015-2017	13000
18	Zanzini (pme)	42,9 milhões	2002-2003 e 2014-2017	200
	<b>CONSTRUÇÃO CIVIL</b>			
19	Newinc (pme)	12,5 milhões	2017	350

20	Precon Engenharia (pme)	182,3	2015-2017	725
21	Mrv	4,3bilhões	2017	14.074
ELETROELETRONICOS				
22	Whirlpool	9,4 bilhões	2010, 2012-2017	18,688
23	Embraco	NI	2006, 2012-2017	5.065
24	Hp	3,2 bilhões	2013-2017	NI
25	Siemens	3 bilhões	2015-2017	4.672
26	Schneider Eletric	NI	2014-2017	2.600
ENERGIA				
27	Edp	9,6 bilhões	2009-2011 e 2013-2017	2.927
28	Aes Brasil	13,4 bilhões	2008-2009 e 2012-2017	8.366
29	Cpfl	19,5bilhões	2002-2004, 2006-2010 e 2012-2017	12.879
30	Elektro	5,3bilhões	2005-2008, 2011-2017	3.775
31	Enel	10 bilhões	2015-2017	2.880
32	Engie	6,6 bilhões	2017	1.101
33	Light	9,8bilhões	2014-2017	4.085
FARMACÊUTICO				
34	Merck	1,2bilhões	2017	1.581
35	Arenales (pme)	10 milhões	2017	40
36	Novartis	3,1bilhões	2016-2017	1.888
37	Roche	3,1 bilhões	2017	1.188
HOTELARIA				
38	Grupo cataratas (pme)	149,6 milhões	2017	750
39	Grupo Rio Quente (pme)	279 milhões	2013-2017	2.239
INFRAESTRUTURA				
40	Ecorodovias	3,1 bilhões	2012-2017	4.500
41	Grupo CCR	10,2bilhões	2013-2017	8.544
42	Santos Brasil	956,7 milhões	2015 e 2017	3.160
INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS				
43	Grupo BB E Mapfre	15,8bilhões	2007, 2013-2017	5.879

44	Bradesco	222bilhões	2008-2010, 2013-2015 e 2017	108.793
45	Itaú Unibanco	202,7bilhões	2004, 2007- 2017	94.779
46	Santander	101,8bilhões	2010, 2013, 2015-2017	47.254
MATERIAL DE CONSTRUÇÃO				
47	Duratex	3,3 bilhões	2013-2017	11.055
48	Masisa	574 milhões	2008-2017	779
MINERAÇÃO, SIDERURGIA E METALURGICA				
49	Nexa	2,4 bilhões	2013-2017	3.605
50	Alcoa	2,5 bilhões	2001-2002, 2010-2014 e 2016-2017	2.067
51	Aperam	3,3 bilhões	2003-2004, 2007, 2011, 2013-2017	2.286
52	Arcelormittal	17,6 bilhões	2017	16.049
53	Novelis	5,3 bilhões	2013, 2015- 2017	1.502
PAPEL E CELULOSE				
54	Klabin	7,2 bilhões	2013-2017	14.001
55	Fibria	9,8 bilhões	2009-2017	4.493
QUIMICO				
56	Basf	8,4 bilhões	2004-2008, 2013-2014, 2016-2017	3.942
57	Beraca	33,7milhões	2013-2017	78
58	Clariant	1,1 bilhões	2015-2017	NI
59	Dow	2,4 bilhões	2002, 2011- 2017	3.500
60	Lwart (pme)	217 milhões	2017	975
61	Firmenich	620 milhões	2015-2017	400
62	White Martins	3,7 bilhões	2014-2017	3.500
SAÚDE				
63	Sabin	726 milhões	2003, 2006,	3.772

			2011-2017	
64	Central Nacional Unimed	4,7 bilhões	2017	1.397
65	Grupo Fleury	2,3 bilhões	2011-2017	8.410
66	Hospital Albert Einstein	2,7 bilhões	2013-2017	12.929
67	Hospital Sírio Libanês	1,9 bilhões	2014-2017	6.250
68	Unitedhealth	20,5 bilhões	2017	32.000
	<b>CONSULTORIA, GESTÃO E TI</b>			
69	Ey	1,5 bilhões	2014-2017	5.046
70	Ibm	3 bilhões	2016-2017	NI
71	Verde Ghaia (pme)	11,8 milhões	2017	100
	<b>TELECOMUNICAÇÕES</b>			
72	Algar Telecom	888 milhões	2013-2017	2.387
	<b>VAREJO</b>			
73	Lojas Renner	6,6 bilhões	2016-2017	18.079
74	Copagaz	1,9 bilhões	2015-2017	1.613
75	Ultra	79 bilhões	2015-2017	15.173

\*NI – Não informado

Fonte: Guia Exame de Sustentabilidade (2017)

Quadro 2 - As práticas sustentáveis aplicadas pelas empresas de 2017

<b>CATEGORIA/EMPRESA</b>	<b>PRÁTICAS</b>
<b>AGRONEGÓCIO</b>	
Raizen	Investimentos em matérias-primas renováveis.
Bunge	Uso eficiente da energia.
Cargill	Implantação de sistema de produção de energia solar.
Usina Coruripe	Buscar de matérias-primas na Amazônia.
<b>AUTO INDÚSTRIA</b>	
Grupo Volvo	Reaproveitar os resíduos de processo produtivo.
Baterias Moura	Programa Zero Resíduos, uso racional de água nas operações e desenvolvimento social.
<b>BENS DE CAPITAL</b>	
Weg	Implantação de sistema de produção de energia solar.
Aeris (pme)	Pás para geradores de energia eólica.
Tetra Pak	Investimentos em matérias-primas renováveis.
<b>BENS DE CONSUMO</b>	
Natura	A companhia investe em tecnologias e projetos que geram renda para as comunidades.
Ambev	Conservação de água e energia
Avon	Educação, articulação, apoio a projetos e engajamento de funcionários e revendedoras.
Grupo Boticário	Reduzir o consumo de água e de energia, de emissões de gases de efeito estufa e de resíduos nas operações.
Coca cola	Reduzir o consumo de água.

L'oreal	Utiliza madeira de origem certificada com o selo FSC, cola produzida com emissão zero de carbono e imprimem toda a comunicação visual com tinta à base de água, para facilitar a reciclagem.
Nestlé	Produzem matéria-prima sustentável.
Unilever	Compram produtos sustentáveis.
Zanzini (pme)	Buscam minimizar problemas sociais e ambientais do município em que atuam.
<b>CONSTRUÇÃO CIVIL</b>	
Newinc (pme)	Constrói edifícios mais habitáveis e sustentáveis, usam energia solar para aquecer a água e coleta, trata e reutiliza esse recurso para utilização em lavagem, irrigação, descargas e lava jatos instalados na garagem. Nos canteiros de obra, os resíduos que iriam para as caçambas são processados para virar blocos de concreto e bloquetes para piso.
Precon Engenharia (pme)	Faz uso de piso laminado de madeira.
MRV	Criou um selo que classifica os empreendimentos conforme o número de ações de sustentabilidade envolvidas.
<b>ELETROELETRONICOS</b>	
Whirlpool	Reduzir o consumo de energia.
Embraco	Reaproveitar os resíduos de processo produtivo.
HP	Reaproveitar os resíduos de processo produtivo.
Siemens	O lema da empresa é não basta ser sustentável, tem que estar em conformidade com as leis.
Schneider Eletric	Empresa trabalha com acesso das minorias, políticas inclusivas e treinamento para os funcionários.
<b>ENERGIA</b>	
EDP	Implantação de sistema de produção de energia solar.
Aes Brasil	Investir na implantação de redes elétricas inteligentes.
CPFL	Criou um programa chamado Arborização Mais Segura.
Elektro	Criou um comitê de sustentabilidade para analisar o que poderia ser feito na região em que atua.
Enel	Criou um projeto batizado de Luz Solidária, que beneficiou as pessoas com trocas. Ao comprar um aparelho, geladeira, freezer ou ar-condicionado, nas lojas credenciadas, o cliente deve fazer uma doação a um projeto social de sua escolha.
Engie	Criou centros de valorização de costumes e tradições locais e a inclusão social.
Light	Capacita professores, funcionários das escolas e pais dos alunos para conscientizar os jovens sobre temas relacionados à eficiência energética e ao consumo consciente.
<b>FARMACÊUTICO</b>	
Merck	Passou a atuar na redução de recursos e ampliação do acesso a seus medicamentos.

Arenales (pme)	O lixo gerado pela empresa é separado e armazenado de forma que possa ser reciclado. A água é usada com o máximo de eficiência por meio da captação de chuva e da reutilização da água descartada pelo destilador.
Novartis	Desenvolver medicamentos para tratamento e prevenção de diversas doenças.
Roche	Investir na prevenção e na detecção precoce do câncer do colo de útero.
<b>HOTELARIA</b>	
Grupo cataratas (pme)	É referência no setor turístico e ajudam na conservação do meio ambiente, além de preservar a flora e a fauna.
Grupo Rio Quente (pme)	Diminuição de forma significativa do consumo de óleo diesel para gerar energia.
<b>INFRAESTRUTURA</b>	
Ecorodovias	Buscando sempre ajudar na diminuição de poluentes e investem em aquisição de carros elétricos.
Grupo CCR	Desenvolver planos de eficiência energética, como a instalação de sensores de presença em passarelas, faz substituição de lâmpadas convencionais por outras de menor impacto e a realizar campanhas de consumo consciente de energia.
Santos Brasil	A companhia passou a promover palestras e a discutir com os 156 motoristas maneiras de emitir menos gases na atmosfera por meio da adoção de rotas inteligentes.
<b>INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS</b>	
Grupo BB E Mapfre	Os grupos disponibilizam cursos gratuitos sobre sustentabilidade aos seus fornecedores buscando induzir melhores práticas no que diz respeito ao meio ambiente
Bradesco	Aproveitam as ideias inovadoras que podem surgir fora da organização e aplicá-las internamente, testando as soluções na prática.
Itaú Unibanco	Itaú passou a oferecer uma série de ações presenciais e online para capacitar e conectar empreendedoras.
Santander	Concedem bolsa de estágio e com isso atuam na formação dos jovens, além de incentivamos a criação de emprego, também apoiam o empreendedorismo.
<b>MATERIAL DE CONSTRUÇÃO</b>	
Duratex	A Duratex recicla, reutiliza ou reaproveita 80% dos rejeitos em suas 22 unidades industriais e florestais, tendo como meta alcançar ainda mais sustentabilidade.
Masisa	A empresa tem buscado alternativas para reaproveitar os resíduos do processo produtivo, aliando-se a parceiros com tecnologia para reciclagem, reaproveitamento e compostagem dos rejeitos.
<b>MINERAÇÃO, SIDERURGIA E METALÚRGICA</b>	
Nexa	A empresa investe em projetos de extração de minérios,

	mas sempre mantendo as ações de responsabilidade socioambientais.
Alcoa	Investe em programas de limpeza de praças, revitalização de bibliotecas, sensibilização em relação ao descarte correto de resíduos, segurança no trânsito e a promoção da leitura.
Aperam	A siderúrgica Aperam criou no Brasil, um comitê de <i>compliance</i> , o objetivo é discutir ações que promovam o respeito ao código de conduta e coíbam a corrupção na empresa.
Arcelormittal	A empresa trabalha para reduzir impactos ambientais e economizar energia.
Novelis	A empresa trabalha com o projeto de Economia Circular e já conseguiu ampliar o uso de sucata em suas fábricas no Brasil.
<b>PAPEL E CELULOSE</b>	
Klabin	Reduzir o consumo de água e de energia, as emissões de gases de efeito estufa e de resíduos nas operações.
Fibria	Desenvolveram um sistema automatizado de irrigação e uma estação meteorológica particular, que mede a intensidade de energia solar no viveiro, permitindo um controle da quantidade de água necessária às plantas.
<b>QUÍMICO</b>	
Basf	Trabalham para reduzir o número da frota de caminhões, para que assim, possa diminuir as emissões de gases (carbônico) poluentes e conseqüentemente os impactos ambientais por eles gerados.
Beraca	É a maior produtora de ingredientes da biodiversidade brasileira para a fabricação de cosméticos, fornecendo matérias-primas para gigantes mundiais do setor.
Clariant	Faz investimento em jovens para ter mão de obra qualificada.
Dow	A americana Dow entende que a sustentabilidade não deve estar associada apenas à reciclagem, mas também ao uso eficiente de matérias-primas.
Lwart (pme)	Indústria paulista especializada na coleta e na reciclagem de óleo lubrificante usado.
Firmenich	Redução do uso de insumos.
White Martins	A empresa convocava seus funcionários no país, atualmente, 3.500 e, numa data específica do ano, para ir a uma instituição social para realizar ações beneficentes.
<b>SAÚDE</b>	
Sabin	A SABIN criou o seu próprio instituto sem fins lucrativos há dose anos atrás, com o objetivo de contribuir para a qualidade de vida dos moradores residentes dos locais onde o laboratório tem unidades.
Central Nacional Unimed	O objetivo da empresa é encontrar maneiras de melhorar a qualidade de vida dos idosos e, por tabela, contribuir

	para reduzir o custo da saúde.
Grupo Fleury	A empresa trabalhar com a diminuição da geração de resíduos e à economia de recursos naturais, como energia, água e papel.
Hospital Albert Einstein	O primeiro objetivo é reduzir o número expressivo de cesáreas desnecessárias no Brasil e intensificar serviço de home care, ou atendimento domiciliar.
Hospital Sírio Libanês	Os funcionários são todos atendidos pela própria instituição médica, não apenas eles, mas também seus familiares têm direito a agendar consultas e a realizar exames e cirurgias.
Unitedhealth	Apoiam projetos de caminhada, oficina de nutrição, orientações clínicas e treinamento com agentes de saúde e distribuição de prêmios, para estimular o movimento físico e afastar qualquer possibilidade de sedentarismo.
<b>CONSULTORIA, GESTÃO E TI</b>	
EY	A EY criou um centro de inovação que deve estimular novas ideias de seus funcionários e novos negócios para os próximos 150 anos.
IBM	Usam o tempo ocioso de computadores ao redor do mundo para processar dados de pesquisas científicas.
Verde Ghaia (pme)	A empresa oferece uma gama completa de soluções técnicas e jurídicas adequadas para gestão dos sistemas de meio ambiente, saúde e segurança do trabalho, responsabilidade social, qualidade e segurança de alimentos. As atividades incluem treinamentos, auditorias, consultorias, monitoramento da conformidade legal, assessoria jurídica e desenvolvimento de sistemas para cada uma dessas áreas.
<b>TELECOMUNICAÇÕES</b>	
Algar Telecom	A empresa busca soluções que possam solucionar os problemas urbanos, com ideias que vão de uma lixeira que avisa as equipes de coleta de lixo quando está cheia até um bueiro, que informa aos órgãos competentes que está prestes a entupir.
<b>VAREJO</b>	
Lojas Renner	No Brasil a varejista gaúcha Renner começou a identificar com etiquetas diferenciadas as peças confeccionadas com fios reciclados e fibra biodegradável extraída da polpa de madeira.
Copagaz	A empresa apresenta avanços no controle da emissão de gases que causam o efeito estufa.
Ultra	A rede Ipiranga, desenvolve postos ecoeficientes, com gestão controlada de água, energia e resíduos.

\*NI – Não informado

**Fonte:** Guia Exame de Sustentabilidade (2017)

## 5.2 Análise de desempenho das empresas nas dimensões geral, econômica, social e ambiental

### 5.2.1 Dimensão geral

Com base nas informações da revista exame de sustentabilidade 2017, todas as empresas apontadas tiveram um bom desempenho no ano de 2017, o que lhes proporcionou o título de mais sustentável no setor, uma vez que conforme é possível observar no gráfico 1 todas as empresas passaram da média geral de 50% no seu desempenho, o que significa dizer que em todos os seus aspectos conquistaram resultados satisfatórios. Entretanto no quesito desempenho geral, a empresa Algar Telecom se destacou frente às demais com 91,9%.

### 5.2.2 Dimensão Econômica

Na dimensão econômica "[...] são analisados os temas ligados à produção, distribuição e consumo de bens e serviços e devem-se levar em conta os outros dois aspectos" (LASSU, 2011, não paginado). Portanto as três dimensões da sustentabilidade são complementares umas as outras, e não devem ser trabalhadas separadamente, por exemplo, uma empresa não deve lucrar e promover ações sociais devastando.

O pilar de maior sucesso das empresas consideradas mais sustentáveis da revista exame de sustentabilidade (2017) foi à dimensão Econômica, uma vez que todas as empresas apontadas como mais sustentáveis no setor, tiveram um rendimento econômico satisfatório, com destaque para a empresa WHIRLPOOL que se destacou frente as demais com um desempenho econômico de 96,8% caracterizando-se como Economicamente Sustentável.

Os procedimentos realizados pelas empresas analisadas estão sendo bem implantados, verifica-se que as empresas têm conseguido utilizar seus recursos de maneira eficiente, oferecendo produtos e serviços a preços atraentes para o consumidor, sem comprometer a qualidade dos mesmos.

Após eliminados ou reduzidos ao mínimo indispensável os desperdícios, o que resta é atividade ou esforço que agrega valor ao produto. Agregar valor significa realizar operações estritamente relacionadas com a elaboração do

produto. São as transformações de matérias e componentes. Um produto fabricado ou serviço prestado sem desperdícios tem o máximo possível de valor agregado para o cliente. Assim, a eliminação de desperdícios diminui os custos de produção, sem que o valor do produto para o cliente fique comprometido (MAXIMIANO, 2000, p. 130).

Com base na citação em supra, é possível associar a redução de custos à corte nos processos produtivos. Entretanto, a produtividade com base no custo é atingida pela eliminação de desperdícios, racionalização do trabalho e redesenho de processos. Nesse sentido, “eliminar desperdícios significa reduzir ao mínimo a atividade que não agrega valor ao produto ou serviço” (MAXIMIANO, 2000, p. 130). Nessa perspectiva, verifica-se que as empresas analisadas pela revista exame têm conquistado destaque são economicamente sustentáveis devido aos seus corretos procedimentos, os quais uma vez realizado de maneira eficiente tem proporcionado resultados significativos.

### 5.2.3 Dimensão Social

O aspecto social por sua vez envolve habitação, educação, saúde e segurança relativos ao capital humano de uma empresa ou sociedade. Segundo o portal Renove suas Idéias (2010), "pensar de maneira socialmente sustentável implica na mudança de atitude, na quebra de paradigmas e principalmente na busca de ações e soluções que possam contribuir para o desenvolvimento social da região ou país onde a empresa atua."

Tal como a econômica, a Dimensão Social obteve também um índice satisfatório em todas as empresas analisadas, com destaque para a empresa SABIN, com 95,3% de desempenho no quesito social, tal fato se deve pelas muitas ações sociais patrocinadas pela empresa que beneficiou mais de 100.000 pessoas em dez estados do país só no ano de 2016 a exemplo do instituto Sabin, que trata-se de uma entidade sem fins lucrativos criada há 12 anos pela organização que tem como intuito de interferir positivamente na qualidade de vida dos moradores dos locais onde o laboratório tem unidades.

Observou-se na Dimensão Social que existem vários indicadores formalmente na maioria das empresas, como o comprometimento para executá-los no dia a dia dentro da organização. Sendo assim, essa dimensão vem sendo desenvolvida e aperfeiçoada a cada dia nas demais empresas.

Nesse contexto, Pereira (2010) avalia que várias questões devem ser consideradas no processo de formulação e implementação de meios estratégicos no desenvolvimento organizacional, uma delas consiste na promoção de desempenho social, uma vez que por meio desses meios estratégicos os resultados organizacionais tendem a ser mais satisfatórios, por esse motivo, as empresas precisam atuar na promoção de implementação de projetos sociais que favorecerão a sociedade, além de influenciar a canalização dos esforços organizacionais nas direções adequadas.

Para Chiavenato (2010), neste processo formulam-se as alternativas que a empresa pode utilizar para alcançar os objetivos organizacionais traçados. As alternativas estratégicas fazem parte das ações que a empresa pode utilizar para atingir seus objetivos globais.

Ainda na visão do autor, a criação de cenários constitui uma ferramenta importantíssima para o estrategista, permitindo que se possa ter uma ideia do que o futuro pode vir a ser. Ou seja, a cada movimento social, é possível verificar a que ponto está a necessidade de um povo a determinado segmento, sendo este o caminho para novas estratégias organizacionais.

Cumprido ressaltar que na análise demonstrada pela revista Exame, os projetos sociais das empresas analisadas não estão bem definidos, exceto o da empresa SABIN, havendo, portanto a necessidade de melhor desenvolvimento de tais projetos para as demais empresas. Tendo em vista que o índice da empresa Sabin obteve um desempenho relativamente satisfatório no que diz respeito ao seu desempenho social, o qual obviamente auxiliará em todo o processo relacionado ao tripé da sustentabilidade.

#### 5.2.4 Dimensão Ambiental

Na dimensão ambiental que buscar soluções para reduzir o impacto ambiental das mais diversas atividades, compreendem a proteção e gestão dos recursos renováveis a fim de amenizar os impactos e tentar compensar de alguma forma os prejuízos (ARAUJO, 2006).

Com isso observa-se que, 86,2% a empresa ECORODOVIAS se destacou como sendo a mais sustentável no quesito Dimensão Ambiental em

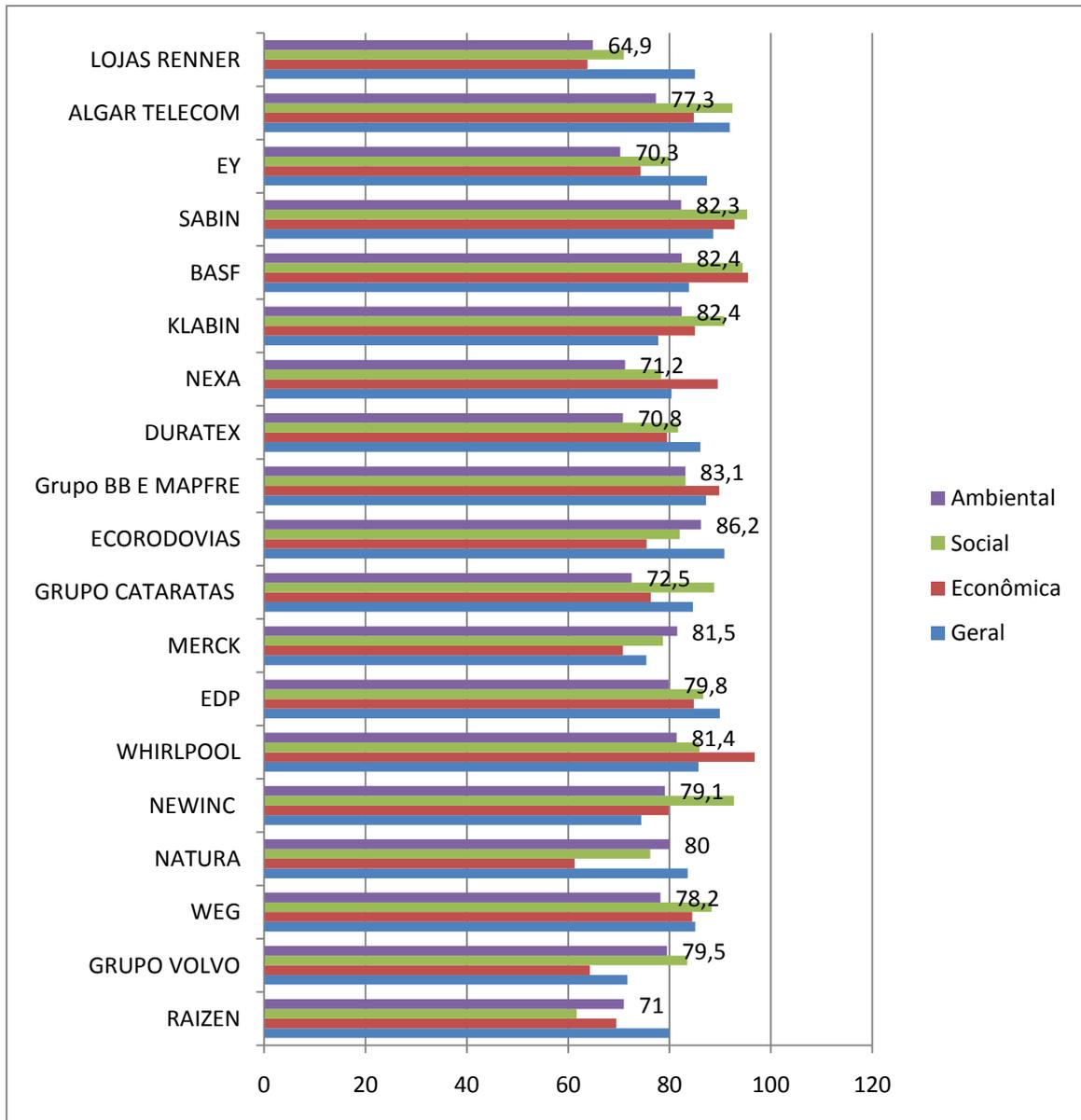
relação às demais, muito embora as demais empresas tenham apresentado também um índice satisfatório no seu desempenho ambiental.

A ECORODOVIAS se destaca por sua valorização dos serviços ecossistêmicos. Ou seja, a empresa se preocupa em causar o menor impacto possível no meio ambiente. Um bom exemplo foi a substituição de um antigo projeto voltado para a construção de uma rodovia que liga a rodovia dos imigrantes a baixada santista. O projeto foi substituído por outro muito bem detalhado, baseado na construção de viadutos e túneis a fim de não comprometer drasticamente o meio ambiente, tendo em vista que o local destinado a obra se tratava de 1.600 hectares de Mata Atlântica.

Tal fato se deve por constatar que, as formas de apropriações e uso da terra (urbana e rural) para fins industriais vêm desencadeando problemas ambientais graves, que iniciam com a descaracterização do ambiente natural, a partir da retirada da cobertura vegetal, desmonte do relevo, modificação dos cursos de água, aterramento e manguezais, dentre outras práticas não conservacionistas. Todavia, com o crescente aumento das áreas urbanas de modo desregrado decorrente de construções e empreendimentos que acabam impactando a órbita natural do meio ambiente, partir de então começam a ocorrer grandes problemas de natureza ambiental, tal fato se deve pelas vantagens econômicas de um país por causa de sua riqueza natural que devem ser destacadas e quantificadas, bem como pelos danos e prejuízos que devem ser valorados.

Nessa perspectiva, foi possível verificar que todas as empresas analisadas atuam com uma atenção significativa no quesito ambiental. Um aspecto importante que elevou a pontuação nesse indicador foi que depois de concluído que, como a maioria dos empreendimentos está ligado aos projetos que poderiam causar danos ambientais, ficou claro que todas as empresas analisadas atuam na implantação de tecnologias ecológicas, como por exemplo: reutilização da água e o uso da energia solar para desenvolvimento sustentável de seus processos.

Gráfico 1 - Desempenho das empresas nas dimensões geral, econômica, social e ambiental



Fonte: Guia Exame de Sustentabilidade - adaptado (2017)

Gráfico 2 - As empresas mais sustentáveis por categoria dentro dos dez indicadores chaves

EMPRESAS		INDICADORES CHAVES									
		Direitos humanos	Ética e responsabilidade	Gestão da água	Gestão da biodiversidade	Gestão de fornecedores	Gestão de resíduos	Governança da sustentabilidade	Mudanças climáticas	Relação com a comunidade	Relação com clientes
1	Raizen	AB.M	RE	AB.M	RE	RE	RE	RE	AB.M	RE	AB.M
2	Grupo Volvo	RE	RE	RE	RE	RE	RE	RE	RE	RE	RE
3	Weg	AC.M	RE	RE	AC.M	RE	RE	AC.M	RE	RE	RE
4	Natura*	RE	RE	RE	RE	RE	RE	RE	RE	AC.M	RE
5	Newinc (Pme)	AC.M	AB.M	AC.M	RE	AC.M	AC.M	RE	RE	RE	AC.M
6	Whirlpool	RE	AC.M	AB.M	AB.M	RE	RE	AC.M	RE	AC.M	RE
7	Edp	RE	AC.M	RE	AB.M	RE	RE	RE	RE	AC.M	RE
8	Merck	RE	AC.M	RE	AC.M	RE	RE	RE	AC.M	AC.M	AB.M
9	Grupo Cataratas (Pme)	RE	RE	RE	RE	AC.M	AC.M	RE	AB.M	RE	RE
10	Ecorodovias	RE	AC.M	RE	RE	RE	RE	RE	RE	RE	RE
11	Grupo BB E Mapfre	RE	AC.M	AC.M	RE	RE	AC.M	RE	RE	RE	RE
12	Duratex	AC.M	RE	RE	RE	AC.M	AB.M	RE	RE	RE	RE
13	Nexa	RE	RE	RE	AB.M	RE	AB.M	RE	RE	RE	RE
14	Klabin	RE	RE	RE	RE	AC.M	RE	RE	AC.M	RE	AC.M
15	Basf	AC.M	AC.M	RE	RE	AC.M	RE	AC.M	AC.M	AC.M	RE
16	Sabin	AC.M	RE	AC.M	AC.M	AC.M	AC.M	AC.M	AB.M	RE	RE
17	EY	RE	RE	AC.M	RE	RE	RE	AC.M	RE	AB.M	AC.M
18	Algar Telecom	AC.M	AC.M	AB.M	AB.M	AC.M	RE	AC.M	AC.M	AC.M	RE
19	Lojas Renner	RE	RE	RE	AB.M	RE	RE	AB.M	AB.M	RE	AB.M

AC. M - Acima da média

RE - Regular

AB. M - Abaixo da Média

### 5.3 As mais sustentáveis por categoria dentro dos dez indicadores chaves

Ainda na análise das empresas mais sustentáveis de 2017, na avaliação da revista exame, alguns indicadores chaves foram estabelecidos para avaliação das empresas mais sustentáveis por categoria. Conforme quadro 3:

Quadro 3 - As empresas mais sustentáveis por categoria

<b>Categoria</b>	<b>Empresa</b>
Direitos Humanos	ELEKTRO
Ética e Transparência	APERAM
Gestão da Água	SABIN
Gestão da Biodiversidade	GRUPO BOTICÁRIO
Gestão de Fornecedores	BASF
Gestão de Resíduos	HP
Governança de Sustentabilidade	SIEMENS
Mudanças Climáticas	L'ORÉAL
Relação com a Comunidade	BERACA
Relação com Clientes	COCA-COLA

Fonte: Guia Exame de Sustentabilidade - adaptado (2017)

Conforme evidenciado no quadro 3, a empresa ELEKTRO foi eleita a mais sustentável na categoria Direitos Humanos. Trata-se de uma concessionária de energia que investe na formação de jovens aprendizes recrutados em abrigos de proteção à criança e ao adolescente.

A empresa, percebendo uma oportunidade de aliar a obrigação imposta pela legislação com um programa de desenvolvimento social, em vez de simplesmente contratar e pagar um salário, a Elektro passou a investir em cursos preparatórios e profissionalizantes nas áreas em que os jovens escolheram trabalhar. A proposta utilizada pela empresa, colocou-a no ranking da mais sustentável na categoria Direitos Humanos.

Já no quesito Ética e Transparência a empresa APERAM se destaca como sendo a mais sustentável. O mérito dado a organização se deve pelo fato da siderúrgica fabricante de aços inoxidáveis, aços elétricos e aço-carbono promover

um comitê de *compliance* e um mecanismo para evitar que interesses pessoais interfiram nas relações profissionais a fim de prevenir a corrupção. O projeto teve uma concepção satisfatória colocando a empresa no ranking da mais sustentável no quesito Ética e Transparência.

No indicador Gestão da Água, a empresa SABIN, destacada como referência na dimensão social, foi eleita a mais sustentável, tendo em vista que o uso racional e consciente dos recursos hídricos é mais do que uma preocupação. Um projeto do laboratório de medicina diagnóstica Sabin recebeu a melhor pontuação no conjunto de questões relacionadas à gestão da água no questionário do Guia EXAME de Sustentabilidade 2017. Com a proposta de reutilização de água, a rede de laboratórios Sabin inaugurou sua nova sede em Brasília aplicando todos os conceitos de reaproveitamento hídrico.

No indicador Gestão da Biodiversidade, o Grupo Boticário se destacou como mais sustentável. Um dos fatores que contribuíram para esse destaque, deve-se pelo apoio da iniciativa privada à pesquisa, que duas vezes ao ano, a fundação ligada à fabricante de cosméticos publica editais para selecionar projetos de pesquisa e conservação de espécies e ecossistemas, com o intuito de disseminar o conhecimento científico gerado, motivo pelo qual foi concedida a organização o título de mais sustentável na gestão da biodiversidade.

Na Gestão de Fornecedores, o destaque foi dado à empresa BASF, por proporcionar oportunidades iguais para todos por meio de um programa de desenvolvimento de fornecedores de grupos minoritários, os quais vêm ampliando suas vendas de produtos e serviços para a companhia. A ideia é desenvolver fornecedores de grupos específicos, como negros, descendentes de indígenas e portadores de deficiência, criando oportunidades de participação nos processos de compra de produtos e serviços da companhia. A BASF ajuda na capacitação desses fornecedores para adequá-los a seus requisitos de compras, orienta sobre como montar adequadamente as propostas comerciais e os convida a participar de suas concorrências. A proposta da empresa lhe conduziu ao *ranking* das mais sustentáveis no quesito Gestão de Fornecedores.

Na Gestão de Resíduos, o destaque foi para a HP que criou um eficiente sistema para recuperar produtos da marca descartados e usar o material reciclado na fabricação de novos produtos, favorecendo com isso o processo de reciclagem

que é uma prática bem consolidada na americana HP, fabricante de impressoras, computadores e outros produtos de informática.

A preocupação com o tema começa antes mesmo do lançamento dos produtos, com a criação de peças que possibilitem o máximo de reaproveitamento de material depois de descartado, e se estende até os pontos de venda, com a estruturação de um sistema de logística reversa para permitir o retorno de produtos dispensados pelos consumidores, para sua reciclagem e seu reaproveitamento na fabricação de novos produtos.

Já na Governança da Sustentabilidade a SIEMENS alcançou o título de mais sustentável com a criação de uma metodologia utilizada para saber como suas iniciativas beneficiam o Brasil. A proposta do projeto era de medir os impactos cuja ênfase estava voltada para erradicação da pobreza, educação de qualidade e igualdade de gênero, sendo estas algumas das metas a serem perseguidas por todos os países até 2030.

No indicador Mudanças Climáticas, a L'ORÉAL, fabricante de cosméticos, destaca-se com o uso de energia limpa, ou seja, a meta da empresa é reduzir as emissões de carbono acima da média global da companhia. Com 42 fábricas no mundo, a empresa aumentou em 29% o volume de produção global em relação aos níveis de 2005, ano escolhido como base de comparação de vários indicadores ambientais.

Mesmo com esse crescimento, que demanda uso mais intenso de insumos como a energia, a empresa conseguiu diminuir as emissões de carbono em 67% no período. No Brasil, o resultado foi ainda mais expressivo, com uma redução de 72% nas emissões. A proposta lhe rendeu o título de mais sustentável no indicador Mudanças Climáticas.

Na relação com a comunidade, a BERACA fabricante de ingredientes naturais beneficia 2 500 famílias de 105 comunidades extrativistas formadas por indígenas, quilombolas, ribeirinhos e assentados em 12 estados brasileiros por meio de capacitação dessas pessoas em técnicas de manejo sustentável, além de apoiar a formação de cooperativas e associações, bem como de conectá-las com os principais fabricantes mundiais de cosméticos. A proposta lhe rendeu o destaque de mais sustentável no quesito relação com a comunidade.

Finalmente, no indicador Relação com os Clientes, se destaca a COCA-COLA, eleita como mais sustentável no setor, devido à proposta de promoção de

novos hábitos, por meio do qual passou diminuir o teor de açúcar em todas as bebidas que produz. Desde 2014, quando a estratégia global entrou em vigor no mercado brasileiro, já foram reformulados 42 produtos. A proposta a colocou no *Ranking* das mais sustentáveis no quesito Relação com os Clientes.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como propósito apresentar e analisar as práticas de sustentabilidade implementadas pelas empresas brasileiras classificadas como as mais sustentáveis de 2017. O problema estava relacionado com a transformação da empresa em um negócio sustentável. Todavia, para que se chegasse ao objetivo geral dessa pesquisa alguns objetivos específicos foram traçados.

O primeiro passo do trabalho foi descrever as empresas, o objetivo foi alcançado e apresentado as 75 empresas no capítulo cinco. De acordo com o estudo, todas as empresas agregam estratégias para ações sustentáveis, e projetos que visam à mobilização, incentivo e conduta social. Portanto, contribuem não só em seguir a legislação ambiental, mas também em produzir com visão sustentável, adotando práticas que reponham o que retiram do meio ambiente.

Depois, identificar práticas sustentáveis que as empresas estão realizando. De acordo com a pesquisa, as práticas mais utilizadas entre as empresas são: investimentos em matérias-primas renováveis, preservação da flora e da fauna, reduções de emissões de gases de efeito estufa, uso de materiais e embalagens reciclados, conservação de água e energia, reflorestamento, governança anticorrupção, medidores inteligentes nas residências, doações a projetos sociais, separação de lixo reciclável, reaproveitamento dos resíduos de processo produtivo, educação sobre sustentabilidade e a não utilização de animais em seus testes, visto que são as partes em que mais necessitam do consumo nas empresas e são as que mais precisam ser feitas de maneira sustentável, ou seja, são produtos ou serviços feitos diariamente nas empresas que necessitam da estratégia de redução de consumo ou da prática mais sustentável.

Em terceiro, citar a empresa que mais evidenciou suas práticas sustentáveis em 2017. A grande vencedora foi a empresa Natura, ela se destacou como a mais sustentável no setor de bens de consumo, e teve grande destaque devido a sua estratégia de buscar matérias-primas na Amazônia, a partir de então desenvolveu junto a outros parceiros um modelo que integra o plantio da palma com o de outras espécies, resultando em ganhos econômicos, sociais e ambientais. Em função da viabilidade de sua proposta, bem como de seus resultados satisfatórios, a Natura foi eleita a empresa mais sustentável do ano de 2017.

Quanto aos resultados da pesquisa no capítulo 5, no que tange a dimensão geral todas as empresas passaram da média geral de (50%), tendo como resultado satisfatório em todas as empresas. Percebeu-se que na dimensão econômica e social as empresas alcançaram o nível de 60% garantindo o melhor desenvolvimento da organização, na dimensão ambiental o nível satisfatório foi de 70% deixando claro que a qualidade de vida em qualquer segmento está ligada ao meio ambiente, uma vez que é através dele que se obtém os recursos naturais favoráveis a existência e permanência da humanidade.

Assim, os resultados da pesquisa, apontaram que as empresas estão se unindo para um objetivo só, de produzir seus produtos e serviços com consciência de que é preciso calcular seus passos em relação ao meio ambiente, propondo garantir a médio e longo prazo condições de um mundo mais saudável, pois o que é retirado do ecossistema deve ser repostado, de modo que não comprometam a capacidade de gerações futuras em suprir suas necessidades.

A apresentação dos dados teóricos e dados obtidos pela aplicação do questionário pela revista implicam dizer que o objetivo foi alcançado, uma vez que houve o detalhamento da importância do desenvolvimento sustentável para o meio corporativo e das pessoas, utilizando-se de práticas possíveis de serem colocadas na sociedade. Cumpre ressaltar que os resultados aqui apresentados, não são definitivos, mas deverão passar por uma melhoria contínua. Todavia, os principais objetivos alcançados foram a percepção e a visão dos envolvidos em relação à empresa, sobre os pontos abordados da sustentabilidade, em seu âmbito Geral, Social, Ambiental e Econômico.

Contudo, a melhoria contínua é sempre sugerida para que sejam criados novos índices, procedimentos e plano de ações para os pontos deficitários. Já nos pontos positivos, estes merecem ser fundamentado e monitorado, uma vez que tais procedimentos impulsionarão as organizações a serem um diferencial, praticando a responsabilidade social, pois dessa forma tais organizações estarão mais próximas de alcançar um nível satisfatório em relação ao tripé da sustentabilidade. Com tudo isso vale concluir que a sustentabilidade aplicada aos negócios tem grande importância para o mercado e o indivíduo.

Conclui-se, portanto, que o trabalho atendeu ao objetivo proposto, os estudos apontam que as contínuas práticas sustentáveis desenvolvidas pelas empresas são de real importância, pois através dessas atitudes contribuirão para a

renovação, preservação e conservação dos recursos naturais. Assim, com esse sentido possam alertar não só as demais empresas, mas também toda a sociedade. Ainda há muito a ser feito para que a organização esteja alinhada com as novas tendências mercadológicas. Espera-se a sensibilização de seus gestores em relação à importância da questão para a organização e para todos que, direta e indiretamente, participam de suas atividades. O objetivo não é encerrar o assunto, e sim prestar uma contribuição para que novos estudos neste sentido sejam realizados no futuro.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. ABNT. NBR. 31000. **Gestão de riscos – Princípios e diretrizes**. Rio de Janeiro, 2009. Acesso em: 02 mar. 2018.

BACHELET, Michel. **Ingerência ecológica: direito ambiental em questão**. Tradução de Fernanda Oliveira. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento e meio ambiente: as estratégias de mudanças da agenda 21**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997. 155 p.

BLOOM, Benjamin et al. **Taxonomia dos objetos educacionais: domínio afetivo**. Porto Alegre: Globo, 1972.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

BOSELTMANN, Klaus. Direitos humanos, meio ambientes e sustentabilidade. In: SARLET, Ingo Wolfgang (org.); KRELL, Andreas J. et al. **Estado socioambiental e direitos fundamentais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2010.

BRUNS, Giovana Baggio de. **Afinal, o que é gestão ambiental?** Disponível em: <[http://ambientes.ambientebrasil.com.br/gestao/artigos/afinal%2C\\_o\\_que\\_e\\_gestao\\_a\\_m\\_biental%3F.html](http://ambientes.ambientebrasil.com.br/gestao/artigos/afinal%2C_o_que_e_gestao_a_m_biental%3F.html)>. Acesso em: 08 de março de 2018.

CARVALHO, Edson Ferreira de. **Meio ambiente e direitos humanos**. 2. Ed. Curitiba: Juruá, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos Novos Tempos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **O capital humano das organizações**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

COLOMBO, Luiz Antonio. **Entenda os três pilares da sustentabilidade**. Acesso em: 07 jun. 2018.

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS DA ÁGUA – 1992. Acesso em: 26 de maio de 2018.

FADINI, Paulo S; Fadini, Almerinda A.B. **Lixo: desafios e compromissos**. Edição especial, maio 2001. Acesso em: 22 nov. 2018.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Ceará: UECE, 2012.

FREELAND, Steven. Direitos humanos, meio ambiente e conflitos: enfrentando os crimes ambientais. Revista SUR. **Revista Internacional de Direitos Humanos**, 2005, p. 118-145. Acesso em: 20 ago. 2018.

FREITAS, Eduardo de. **"Biodiversidade"**. Brasil Escola. Disponível em <<https://brasilecola.uol.com.br/geografia/biodiversidade.htm>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro**. 2. ed. Belo Horizonte: Saraiva, 2014.

GERALDO, Luís Lino. **A fraude do aquecimento global: como um fenômeno natural foi convertido numa falsa emergência mundial**. Rio de Janeiro: Capax Dei Editora: 2015.

GERHARDT, Tatiana Engel. SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GORCZEVSKI, Clovis. **Direitos humanos: dos primórdios da humanidade ao Brasil de hoje**. Porto Alegre: Imprensa Livre, 2007.

GRIMONE, Marcos Ângelo. **O conceito jurídico de direito sustentável no Brasil**. Curitiba: Juruá, 2018.

GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE. Natura a empresa sustentável do ano. **Revista Exame**, São Paulo, n. 22, p. 74-212, 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/revista-exame/a-empresa-mais-sustentavel-do-ano-natura/>>. Acesso em: 23 nov. 2018.

HENRIQUES, Rodrigo. **Cultura organizacional e sustentabilidade**. Disponível em: <<https://saudebusiness.com/cultura-organizacional-e-sustentabilidade/>>. Acesso em: 14 ago. 2018.

INSTITUTO ETHOS. **Temas e Indicadores**. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/>>. Acesso em: 25 set. 2018.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Tradução de Lúcia Mathilde Endlich Orth. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

MARUYAMA, Shigenori. **Aquecimento global?** São Paulo: Oficina de Textos, 2015.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MORAIS, Jose Luis Bolzan de. **As crises do Estado e da Constituição e a transformação espaço-temporal dos direitos humanos**. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2011.

NASCIMENTO, Luis Felipe. **Gestão Ambiental e sustentabilidade**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2012. 148p.

NETO, Francisco P. de Melo; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

PENSAMENTO VERDE. **Nosso futuro em comum: conheça o relatório de Brundtland**. 2014. Disponível em: <<https://www.pensamentoverde.com.br/sustentabilidade/nosso-futuro-em-comum-conheca-o-relatorio-de-brundtland/>>. Acesso em 17 de março de 2018.

PIOVESAN, Flávia. Direitos humanos: desafios da ordem internacional contemporânea. **Rev. TST**, Brasília, vol. 75, n. 1, jan/mar, 2009. Disponível em: <[https://juslaboris.tst.jus.br/bitstream/handle/20.500.12178/6566/010\\_piovesan.pdf?sequence=5](https://juslaboris.tst.jus.br/bitstream/handle/20.500.12178/6566/010_piovesan.pdf?sequence=5)>. Acesso em: 23 nov. 2018.

PRODANOV, Cleber Cristiano. FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIBEIRO, Antonio de Lima. **Teorias da administração**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

SANCHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Tradução de José Lins Albuquerque Filho. Organização de Paula Yone Stroh. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.

SANTOS, Antônio Silveira R. dos. **Direitos humanos e meio ambiente**. Jus Navigandi. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/1202/meio-ambiente-do-trabalho-consideracoes>>. Acesso em: 18 ago. 2018.

SPIELER, Paula; MELO, Carolina de Campos; CUNHA, José Ricardo. **Direitos humanos**. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio; KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade e Gestão Ambiental**. 3. ed. São Paulo. Editora Atlas, 2011.

TRINDADE, Antônio Augusto Cançado. **Direitos humanos e meio ambiente**: paralelo dos sistemas de proteção internacional. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris, 1993.

TUCCI, Carlos E. M. et. al. **Gestão da Água no Brasil**. Disponível em <[http://www.em.ufop.br/ceamb/petamb/cariboost\\_files/gestao-da-agua\\_brasil.pdf](http://www.em.ufop.br/ceamb/petamb/cariboost_files/gestao-da-agua_brasil.pdf)>. Acesso em: 23 mar. 2018.

VEDOVA, Jose Carlos Della. **Agenda 21**. Disponível em: <<http://agenda21guapimirim.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 24 maio 2018.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

VIEGA, José Eli da. **Desenvolvimento sustentável**: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

WILSON, Edward O. (Org.). **Biodiversidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997. Acesso em: 30 ago. 2018.