

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

GESTÃO SUSTENTÁVEL – EMPRESAS DE OLHO NA SUSTENTABILIDADE

HALLAN DE ALMEIDA MATOS TORRES¹

TATIARA DE ANDRADE²

ANDRÉ LUIZ GONÇALVES ROJAS³

LEANDRO MACHADO VIANA⁴

DENILSONLUIZ CARVALHO⁵

OLAIR RODRIGUES GARCIA JÚNIOR⁶

Resumo: A reflexão sobre o tema sustentabilidade vem crescendo e se tornando muito importante no cenário mundial devido à necessidade de preservação do meio ambiente, essa necessidade é devido ao crescimento desordenado da população, e com esse crescimento também cresce em escala alarmante os problemas ambientais, o homem vem causando vários impactos no meio ambiente para satisfazer as necessidades presentes de produção e consumo, a ideia de empresa sustentável é não comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades. Uma empresa sustentável se preocupa com o meio ambiente e com a humanidade, com isso ela se destaca no mercado e gera credibilidade, criando assim cenários para bons negócios. O intuito do artigo é relatar os pontos positivos e negativos de ser uma empresa sustentável e o quanto isso pode melhorar a economia do país.

O artigo científico terá abordagem de pesquisa qualitativa, será realizada uma pesquisa bibliográfica em livros, revistas, sites e artigos acadêmicos.

Palavras-chave: Sustentabilidade; meio ambiente; empresa sustentável.

¹ Aluna da Faculdade Don Domênico.

² Aluna Faculdade Don Domênico.

³ Professor da Faculdade Don Domênico.

⁴ Professor da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico. Mestre em Ecologia.

⁵ Mestre em Gestão e Tecnologia em Sistemas Produtivos – Professor FECLC Don Domênico

⁶ Mestre em ecologia – Professor FECLC Don Domênico

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Abstract: The reflection on sustainability is growing and becoming very important in the world scenario due to the need to preserve the environment, this need is due to the disorderly growth of the population, and with this growth also grows at alarming scale the environmental problems, man Has caused several impacts on the environment to meet the present needs of production and consumption, the idea of sustainable enterprise is not to compromise the ability of future generations to meet their own needs. A sustainable company cares about the environment and humanity, so it stands out in the market and generates credibility, thus creating scenarios for good business. The purpose of the article is to report the positives and negatives of being a sustainable company and how much it can improve the economy of the Parents.

The scientific paper will have qualitative research approach, will be carried out a bibliographical research in books, magazines, websites and academic articles.

Key words:Sustainability; environment; sustainable company.

Introdução

Vivemos em um novo paradigma, o da sustentabilidade no qual devemos pensar em um mundo holístico, participativo, com ética em suas relações. As relações organizacionais têm causa e efeito no todo e as organizações precisam redefinir seus planejamentos e ações voltadas a este novo pensamento. Esta adesão a modelos mais sustentáveis requer uma postura não imediatista e sim uma visão de planejamento de curto, médio e longo prazo (ALMEIDA, 2002).

Segundo Sgarbi et al (2008), os estudos sobre a sustentabilidade tem apresentado um crescente interesse na comunidade acadêmica, despertando não só o interesse dos estudiosos da área socioambiental, mas também dos pesquisadores de temas como estratégia, competição, gestão, dentre outros.

Segundo Donaire (1999), o conceito de sustentabilidade ou responsabilidade corporativa, não está vinculado apenas à questão ambiental, mas está relacionado em um tripé

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

que engloba também os aspectos sociais e econômicos. Assim, as empresas descobriram que para se tornarem mais rentáveis, conhecidas e respeitadas, o caminho passa pelo exercício de práticas que vão além dos muros dos interesses dos acionistas.

Esse conceito de sustentabilidade abre condições para bons negócios, pois o mercado abre portas para as empresas que se preocupam com o meio ambiente e poluem menos, com o crescimento da população precisamos urgentemente ter uma nova visão de sustentabilidade e assim garantir o futuro das novas gerações.

Tornar o conceito melhor utilizado em todos os processos de atuação da empresa, pensando no meio ambiente e na sociedade, faz com que a organização esteja apta para ter resultados positivos diante as adversidades futuras.

Consciência Ecológica

Atualmente a consciência ecológica da sociedade em relação ao meio ambiente tem ganhado destaque significativo em relação à qualidade de vida da população, uma vez que, com o crescimento desordenado da população, o homem vem causando sérios impactos sobre o meio ambiente, ao explorar irracionalmente os recursos naturais, com o intuito de satisfazer suas necessidades. Com essa preocupação ecológica nascem atitudes e medidas racionais com o meio ambiente e, conseqüentemente, condições para bons negócios.

É preciso analisar melhor cada atitude desde a sociedade como as organizações. São necessárias medidas para que ocorra a minimização dos impactos ambientais, criando alternativas para reutilização ou descarte com o melhor direcionamento, evitando diversos aspectos negativos.

“A conscientização crescente dos atuais consumidores e a disseminação da educação ambiental nas escolas permitem antever que a exigência que farão os futuros consumidores em relação à preservação do meio ambiente à qualidade de vida deverão intensificar.” (DONAIRE, 1999).

Organizações e a Sustentabilidade

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Com a expansão do tema em questão as empresas estão, cada vez mais, sendo obrigadas a buscar conhecimento, e, conseqüentemente, adquirir praticas dentro das organizações, que não prejudique o meio ambiente, com isso vão ganhando espaço no mercado, tendo um diferencial.

Com os recursos naturais cada vez mais escassos, é necessário que as organizações se enquadrem na nova realidade, falando do ponto de vista econômico as empresas que não se adaptarem a essa nova forma de “Pensamento Verde” vão acabar ficando de fora do mercado, pois futuramente para uma empresa para conseguir sobreviver no mercado ela precisa atender os requisitos da Sustentabilidade.

As organizações têm entendido a importância de se tornar uma empresa sustentável e, conseqüentemente, dos benefícios que isso traz. A sustentabilidade está baseada em três fatores importantes: Ambiental, Social e Econômico.

Conforme a organização se adapta e implanta os fatores principais da sustentabilidade, automaticamente se tornam mais competitivas, recebem maior apoio e criam envolvimento da população que confiam nos projetos desenvolvidos, tornando uma sintonia para o bem de ambos os lados.

O presente artigo tem como objetivo analisar os aspectos positivos e negativos da sustentabilidade ambiental nas empresas e mostrar para as organizações o porquê de ser uma empresa sustentável e qual a vantagem disso.

Metodologia

O artigo científico se caracteriza como pesquisa qualitativa, Godoy, (1995) recomenda que uma pesquisa qualitativa deve apresentar as seguintes características: considerar o ambiente como fonte direta dos dados e o pesquisador como instrumento chave; não requerer o uso de técnicas e métodos estatísticos; ter como preocupação maior a interpretação de fenômenos e a atribuição de resultados; o processo deve ser o foco principal de abordagem e

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

não o resultado ou o produto; a análise dos dados deve ser realizada de forma intuitiva e indutivamente pelo pesquisador.

É uma pesquisa descritiva, pois buscou-se identificar quais atitudes sustentáveis a empresa tem adotado em sua gestão, permitindo assim, levar informações relevantes com a finalidade de atingir o objetivo do estudo.

Sustentabilidade

Segundo World Commission on Environment and Development (1987 apud SANTOS; WAGNER, 2008, p.1):

Definir a sustentabilidade é “satisfazer as necessidades do presente sem comprometer a habilidade das futuras gerações para satisfazer suas necessidades”. Para Barbieri (2007, p.37), a sustentabilidade “se traduz na preocupação constante com o gerenciamento e a preservação dos recursos para as gerações futuras, e um pacto inter gerencial que se expressa nas preocupações quanto ao atendimento às necessidades básicas de todos os humanos”.

O conceito de sustentabilidade é o assunto mais falado no momento. É um termo usado para definir ações e atividades humanas que visam suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer o futuro das próximas gerações. Ou seja, o tema em questão está ligado ao desenvolvimento econômico e material sem agredir o meio ambiente, utilizando os recursos de forma inteligente para que eles se mantenham futuramente.

Há muito tempo os cientistas falam da impossibilidade de continuar mantendo os padrões de consumo e vida como atualmente, pois os recursos naturais são limitados e com o passar dos anos, poderão tornar-se escassos se não passarmos a viver de forma mais consciente e sustentável. Para poder alinhar a vida aos princípios da sustentabilidade, é preciso conhecer bem o conceito e a forma de transformar os hábitos em ações sustentáveis. (BARROS, 2011)

O ciclo atualmente de produção da sociedade é extrair do meio ambiente o necessário para a produção de alimentos e bens de consumo, entretanto, retorna ao meio ambiente

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

resíduo sólido, efluentes líquidos e gases nocivos poluentes, gerando assim a poluição ambiental e esgotamento dos recursos naturais.

Mendes (2008, p.24), diz que: “Nos dias atuais o conceito de sustentabilidade já está acoplado ao conceito de desenvolvimento social e econômico”.

Sustentabilidade é a capacidade de se auto sustentar, de se auto manter. Uma atividade sustentável qualquer é aquela que pode ser mantida por um longo período indeterminado de tempo, ou seja, para sempre, de forma a não se esgotar nunca, apesar dos imprevistos que podem vir a ocorrer durante este período. Pode-se ampliar o conceito de sustentabilidade, em se tratando de uma sociedade sustentável, que não coloca em risco os recursos naturais como o ar, a água, o solo e a vida vegetal e animal dos quais a vida da sociedade depende (PHILIPPI, 2001).

O tema sustentabilidade é uma discussão complexa, pois requer a conscientização da sociedade como um todo, pois as necessidades precisam ser respeitadas, sob pena de esgotamento de recursos fundamentais para as próximas gerações. Para conseguir reduzir o conflito entre o crescimento econômico e a proteção ambiental, destaca-se a promoção de uma política de sustentabilidade que concilia os objetivos tradicionais com o crescimento econômico sobre as limitações ambientais e atividade econômica.

Crescimento Populacional e Desenvolvimento Sustentável

O crescimento populacional desordenado nos últimos anos vem causando vários impactos sobre o meio ambiente. Pois a influência humana é bastante significativa, quando se leva em conta o aumento do consumo devido a esse crescimento. O crescimento demográfico vem sendo analisado por cientistas por razão do uso em excesso dos recursos naturais. Esses estudos apontam que países com um rápido crescimento vêm enfrentando dificuldades em questão da sustentabilidade, pois devem produzir o dobro do que já produzem, aumentando assim o consumo dos recursos naturais.

O crescimento populacional afeta diretamente a qualidade de vida das populações. Quanto maior o crescimento demográfico, maiores os desafios a serem enfrentados para

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

permitir o crescimento econômico compatível com a preservação ambiental (LIMA, 2001; SILVA, J., 2003).

As soluções necessitam de uma mudança em nosso paradigma, pois implica aperfeiçoamento individual e coletivo, simultaneamente.

Uma sociedade é sustentável, “Ao atender, simultaneamente, os critérios de relevância social, prudência ecológica e viabilidade econômica, os três pilares do desenvolvimento sustentável” (SACHS, 2002, p.35). Para uma empresa seguir o caminho sustentável, ela deve adotar essas políticas e práticas de sustentabilidade, procurando incorporar estrategicamente aos negócios sustentáveis.

Boff (2011, p. 137) pondera que:

“Não existe desenvolvimento em si, mas sim uma sociedade que opta pelo desenvolvimento que quer e que precisa. Dever-se-ia falar de sociedade sustentável ou de um planeta sustentável como pré-condições indispensáveis para um desenvolvimento verdadeiramente integral. Sustentável é a sociedade ou o planeta que produz o suficiente para si e para os seres dos ecossistemas onde ela se situa; que toma da natureza somente o que ela pode repor; que mostra um sentido de solidariedade gene racional, ao preservar para as sociedades futuras os recursos naturais de que elas precisarão. Na prática a sociedade deve se mostrar capaz de assumir novos hábitos e de projetar um tipo de desenvolvimento que cultive o cuidado com os equilíbrios ecológicos e funcione dentro dos limites impostos pela natureza. Não se trata de não consumir, mas consumir responsavelmente.”

Diante da situação, a sociedade deve mostrar a capacidade de assumir novos hábitos projetando assim um desenvolvimento que cultive o cuidado do equilíbrio ecológico.

“Não se trata de não consumir, mas consumir responsavelmente” (L. Boff. Saber Cuidar, Vozes, 1999, p. 137).

Preocupação Ecológica

A preocupação ecológica com nosso País estimulam empresas a investirem mais em busca de soluções que possam minimizar os impactos ambientais, conciliando as dimensões econômica, ambiental e social nos negócios. A maior dificuldade inicial para as empresas adquirirem esse novo paradigma de sustentabilidade é aceitação do consumidor, pois como

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

reagiria o consumidor sabendo que esta adquirindo produtos feitos de garrafa plástica de refrigerante reciclada? De imediato foi algo negativo, mas com o passar do tempo a aceitação e a conscientização do consumidor veio.

Um exemplo é a indústria que recicla garrafas plásticas para obtenção do poliéster, polímero plástico derivado do petróleo, onde produzem diversos produtos incluindo cama, mesa e banho, bicho de pelúcia até banco de carro. Com a utilização dos reciclados contribuiu também para a prolongação da vida útil dos aterros sanitários, pois, por exemplo, as garrafas de refrigerantes e pneus ocupavam um grande espaço nos aterros.

A empresa que entrou na era da sustentabilidade com a visão apenas de redução de custos, descobriu uma melhoria na imagem de sua marca e uma credibilidade maior no mercado, conseqüentemente espaço para um bom negócio.

Almeida (2002, p.82) nos coloca que:

[...] Cabe às empresas, de qualquer porte, mobilizar sua capacidade de empreender e de criar para descobrir novas formas de produzir bens e serviços que gerem mais qualidade de vida para mais gente, com menos quantidade de recursos naturais. [...] A inovação, no caso, não é apenas tecnológica, mas também econômica, social, institucional e política [...].

Inovação é a nova gestão voltada ao paradigma da sustentabilidade, com isso as empresas conseguem enxergar duas oportunidades: a de inovar aproveitando o próprio negócio da empresa e outra de alcançar novos mercados, ou seja, novos negócios. E com isso é uma grande chance de sair à frente da concorrência e, conseqüentemente, o fortalecimento de sua marca e bons negócios. No contexto atual, nota-se que a adoção desse novo paradigma sustentável é uma realidade possível e está ao alcance de qualquer organização.

O Comportamento do Consumidor

Questões ambientais e comportamento do consumidor tem recebido certa importância nas pesquisas, pois esse estudo tem como objetivo analisar os consumidores e, conseqüentemente, atrair esses consumidores a adquirirem produtos sustentáveis.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

É necessário que o consumidor reflita sobre seus comportamentos de consumo e passe a avaliar o impacto deste no meio ambiente. O comportamento do consumidor apresenta relação com o meio ambiente, podendo gerar impactos positivos ou negativos. Por exemplo, o aumento do consumo aquece a economia, gera empregos e renda da população. Mas por outro lado o consumo inconsciente traz impactos ao meio ambiente, mesmo indiretamente.

Nesta perspectiva, Bauman (2007) aponta que o consumo é fundamental ao ser humano, o qual necessita satisfazer as suas necessidades, mas o hiperconsumo, desenfreado, transforma o mundo em um verdadeiro depósito de mercadorias.

Ribeiro e Veiga (2012, p. 48) afirmam que:

“O consumo sustentável envolve a busca por produtos e serviços ecologicamente corretos, a economia de recursos como água e energia, a utilização cuidadosa de materiais e equipamentos até o fim de sua vida útil, a reutilização sempre que possível e a correta destinação de materiais para reciclagem no fim do ciclo de vida dos produtos”.

O número de pessoas preocupadas com a questão ambiental tem aumentado muito e as empresas estão aproveitando e procurando desenvolver ações sustentáveis. Pois isso é benefício para ambas as partes.

Empresa na Era da Sustentabilidade

As empresas que são consideradas sustentáveis seguem uma série de critérios, que contribuem para ambiente. Coral et al (2003, p. 3) destaca esse conjunto de critérios:

“Uma empresa pode ser considerada sustentável se atender aos critérios de ser economicamente viável, ocupar uma posição competitiva no mercado, produzir de forma que não agrida o meio ambiente e contribuir para o desenvolvimento social da região e do país onde atua”.

Ser sustentável é mais que cuidar do meio ambiente, é contribuir com o crescimento socioambiental atentando para atitudes sustentáveis.

O objetivo geral de qualquer empresa é o lucro, o maior retorno do capital investido. Uma empresa utilizando-se de ferramentas disponíveis para estar à frente dos concorrentes,

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

obtendo mais espaço no mercado, é unir o útil ao agradável, reaproveitar os recursos e, conseqüentemente, ajudar o meio ambiente. No entanto, com as mudanças em sentido global, além dos fatores econômicos e estruturais, começa a fazer parte da responsabilidade das empresas, as questões do meio ambiente, isto é, construir sistemas de produção que não causem impactos negativos e o mesmo esteja contribuindo para a recuperação das áreas degradadas.

“Criamos uma economia que não pode sustentar o progresso econômico, uma economia que não pode nos conduzir ao destino desejado” (BROWN, 2003, p.6).

Segundo Brown (2003), precisamos de mudanças para o novo paradigma de sustentabilidade, esse novo paradigma propõe uma sociedade mais sustentável e conseqüentemente espaço para um bom negócio.

A melhoria dos níveis de desenvolvimento humano, representado no maior poder de compra pode ser refletida em acesso ao consumo e conseqüente aumento na oferta de produtos e serviços a mercados, anteriormente, inexplorados. É cada vez mais necessária a busca por novas formas que contribuam não somente para os negócios, mas também a construção de uma sociedade sustentável. Investir em sustentabilidade empresarial é, além de um comportamento ético, uma maneira de ser uma empresa bem vista no mercado e com isso, beneficia a própria atividade empresarial.

Segundo BOVESPA (2005), a sustentabilidade vem sendo tratada como ponto fundamental para a sobrevivência das organizações. Há alguns anos iniciou-se uma tendência mundial dos investidores, de procurarem empresas socialmente responsáveis, sustentáveis e rentáveis para aplicar seus recursos. Estas aplicações são denominadas “investimentos socialmente responsáveis”, pois, considera que as empresas sustentáveis geram valor para os acionistas em longo prazo, pois estão mais preparadas para enfrentar os riscos econômicos, sociais e ambientais. Essa demanda é hoje amplamente atendida por vários instrumentos financeiros no mercado internacional.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

As empresas que adotam a sustentabilidade em suas estratégias lucram com isso e ganham espaço no mercado.

Como estratégia socioambiental, a rede Dry Wash, detém franquias utilizando produto que dispensa o uso de água para lavagens automotivas. O serviço de rede economiza 316 litros de água a cada lavagem de carro, sendo que a lavagem de carro manual gastaria 580 litros. Através dessas estratégias, a rede de micro e pequenas empresas de lavagem de carros conseguiu crédito dos bancos comerciais para expandir seu negócio, que só concedeu financiamento após avaliar as ações de responsabilidade socioambiental (ANDRADE E TACHIZAWA, 2008, p. 225).

Inserir a sustentabilidade nas empresas é mais que oportunidade é vantagem frente aos concorrentes.

Vinha (2003, p. 174) ressalta que:

[...] cada vez mais as organizações compreendem que, os acidentes e crimes ambientais provocam escândalos corporativos que abalam a confiança dos investidores, consumidores e acionistas, refletindo-se em queda de vendas e, conseqüentemente, prejuízo financeiro.

Diante disso, as empresas associam a sustentabilidade com a sua imagem no mercado, uma empresa bem vista em questões sustentáveis ganha mais credibilidade e aumenta seus lucros.

Andrade e Tachizawa (2008, p. 5) Destacam que:

“Para as empresas, adotar a Gestão Socioambiental tornou-se primordial, isso porque a sociedade dá preferência e exige a adoção de recursos e ações sustentáveis”. “O consumidor do futuro, inclusive no Brasil, passará a privilegiar não apenas preço e qualidade dos produtos, mas principalmente, o comportamento social das empresas fabricantes desses produtos”.

Futuramente para que uma empresa se mantenha firme no mercado de trabalho, precisará se enquadrar nas políticas de sustentabilidade. Pois as práticas empresariais afetam a reputação da empresa. Se a empresa quiser competir no mercado, precisará manter uma imagem de comportamento, ético e responsável, pois a credibilidade é um fator primário nas relações de negócios.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Vantagens e Desvantagens

De acordo com Portal Exame (2008), As vantagens são ilimitadas. Com a sustentabilidade a organização diminui os riscos, reduz os custos, aumenta a produtividade e melhora sua reputação. Sendo assim, se destacam as seguintes vantagens:

- Ampliam a competitividade e atratividade da organização;
- Diferenciação pelos consumidores;
- Aumento do valor acionário e do capital reputacional;
- A confiança reforçada dos investidores e melhor acesso e taxas de capital e crédito;
- Economia em virtude das tecnologias eco eficientes dos processos, o que inclui racionalização de custos, redução de gastos com luz, água, papel, plástico, combustível e outros;
- Repasse de capital de investimento social privado que, de forma planejada, contribui com projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público, o que amplia o valor de marca da empresa patrocinadora;
- Fortalecimento da cultura organizacional, na qual todos passam a contribuir com o propósito direcionado;
- Crescimento sustentável;
- Maior comprometimento e produtividade do funcionário com a empresa, por sentir-se parte de um sistema que trabalha de modo a construir bons caminhos para o futuro.

A desvantagem é que o investimento em longo prazo, que pode ser demorado, mas possui um retorno que supera o investimento.

Benefícios Fiscais para Empresas Sustentáveis

O Governo liberou incentivos fiscais para empresas que exerçam de forma preponderante a atividade de sustentabilidade.

Para Cretella Júnior (1993 apud TRAMONTIN, 2002, p. 110):

[...] incentivo fiscal é a medida imposta pelo Poder Executivo, com base constitucional, que exclui total ou parcialmente o crédito tributário de que é detentor

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

o poder central em prol do desenvolvimento de região ou de setor de atividade do contribuinte.

Ataliba e Gonçalves (1991, p.167) acrescentam que:

[...] os incentivos fiscais manifestam-se assim por várias formas jurídicas, desde a forma imunitária até a de investimentos privilegiados, passando pelas isenções, alíquotas reduzidas, suspensão de imposto, manutenção de créditos, bonificações, créditos especiais e outros tantos mecanismos, cujo fim último é sempre o de impulsionar ou atrair, os particulares para a prática das atividades que o Estado elege como prioritárias, tomando, por assim dizer, os particulares em participantes e colaboradores de concretização das metas postas como desejáveis ao desenvolvimento econômico e social por meio da adoção do comportamento ao qual são condicionados.

Abaixo alguns exemplos de incentivos

Segundo pesquisas o Brasil ocupa a 18ª posição entre os países mais ativos na utilização de impostos para incentivo da sustentabilidade empresarial. Os três primeiros são EUA, Japão e Reino Unido.

Redução ou isenção de impostos para empresas que investem em sustentabilidade.
Tributação aplicada conforme critérios ambientais.
Maior repasse de verba para municípios que investem em sustentabilidade.
Incentivos em infraestrutura, como a doação de terrenos, dentre outros.
IPTU Verde – O IPTU Verde, de responsabilidade dos municípios, oferece descontos para as empresas que possuem imóveis com soluções sustentáveis.
Programa Bolsa Verde – Benefício às famílias que vivem em áreas de conservação ambiental e que se encontram na situação de extrema pobreza.

Empresa Natura - Exemplo de Empresa Sustentável no Brasil

Em 1983, a empresa Natura teve uma iniciativa inovadora e pioneira, passaram a vender produtos com opção de refil, com isso deixaram de colocar no mercado cerca de 2,2 mil toneladas de embalagens.

O objetivo é gerar impacto positivo econômico, social, ambiental e cultural. Isso significa ir além de reduzir e neutralizar os impactos negativos de suas atividades.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Abaixo o ranking da "*Corporate Knights*" publicado na pagina do G1, leva em conta 12 critérios: Produtividade energética, emissões de carbono, uso da água, produção de lixo, capacidade de inovação, tributos pagos, relação entre salários do principal executivo e dos trabalhadores da base, fundo de pensão, desempenho de segurança, taxa de rotatividade dos empregados, diversidade das lideranças e a existência de uma relação entre o pagamento dos executivos e a performance sustentável da companhia.

Ranking	Empresa	País
1	Biogen Idec	EUA
2	Allergan	EUA
3	Adidas	<u>Alemanha</u>
4	Keppel Land	Cingapura
5	Kesko	<u>Finlândia</u>
6	<u>BMW</u>	Alemanha
7	Reckitt Benckiser Group	<u>Reino Unido</u>
8	Centrica	Reino Unido
9	Schneider Electric	<u>França</u>

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Ranking	Empresa	País
10	Danske Bank	<u>Dinamarca</u>
44	<u>Natura</u>	<u>Brasil</u>

Quadro 1. Ranking de empresas Sustentáveis elaborado pela canadense “Corporate Knights”

Fonte: G1, 2015.

Segundo a revista EXAME (2005), Natura vence prêmio ambiental da Organização das Nações Unidas (ONU), um prêmio internacional que reconhece pessoas e instituições por sua atuação sustentável.

Empresas Mais Sustentáveis Do Brasil

Segundo a edição 2015 do Guia EXAME de Sustentabilidade, existem várias empresas que utilizam a sustentabilidade como uma forte ferramenta para crescer cada vez mais. As 20 empresas que mais priorizam a sustentabilidade em todo o País são:

Braskem: Esta companhia usa a sustentabilidade como a base dos seus negócios, além disso, este tema é o centro da estratégia de marketing da empresa.

Caterpillar: Foi instalada em Piracicaba há 30 anos, e comandou a criação de uma agenda que falava justamente sobre sustentabilidade neste município.

CPFL: Está aumentando a produtividade de todas as suas usinas, ação que ajuda a acumular créditos de carbono para financiar aos seus projetos ambientais em geral.

Elektro: Criadora do projeto Energia Comunitária, a empresa colabora amplamente quando o assunto é a reurbanização de todas as áreas pobres e tenta melhorar a qualidade de vida de milhares de pessoas em todas as cidades que atua.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

IBM: Incentiva o uso da capacidade ociosa de computadores em pesquisas voltadas para a saúde e o meio ambiente. Incentiva o uso de toda a capacidade ociosa dos computadores em pesquisas voltadas em especial à preservação do meio ambiente.

Itaú: Foi a lançadora do primeiro fundo de investimento, que permite ao investidor contribuir na neutralização dos gases que destroem a camada de ozônio.

Mapfre: O projeto de segurança viária da empresa atinge 2,5 milhões de alunos da rede pública estadual paulista e vira referência em educação de trânsito.

Natura: Nada mais nada menos que a Pioneira em sustentabilidade no Brasil, é a empresa possui um dos programas de neutralização de carbono mais eficazes em todo o país.

Philips: Para ser mais eficiente nas vendas, esta empresa aposta nos equipamentos que consomem uma quantidade menor de energia.

Promon: Esta empresa exige que seus fornecedores adotem práticas sustentáveis em todos os seus negócios.

Real: O banco exige que seus funcionários multipliquem as práticas sustentáveis.

Serasa: Faz doações a instituições beneficentes.

Suzano: Esta empresa conseguiu fazer com que suas ações na Bovespa pudessem aumentar ao utilizar práticas sustentáveis.

Unilever: Após mudar o formato de embalagem dos seus produtos, esta empresa conseguiu economizar em mais de 30% o consumo de papel.

Accor: Os funcionários passam por treinamentos que os ensinam a usar a sustentabilidade em seu dia-dia.

Acesita: Esta empresa está vinculada a alguns programas de ensino público, e incentiva aos alunos a utilizarem práticas sustentáveis desde cedo.

Amanco: Obriga os seus executivos a utilizar práticas de economia de água.

Aracruz: É uma das empresas destaque no mercado financeiro mundial, principalmente por suas políticas de sustentabilidade.

Arcelor: Investe mais 270 milhões de reais em alguns programas de gestão ambiental.

Basf: Redesenhou toda a sua estrutura de produção (tornando-a mais sustentável) e acabou tornando-se uma das primeiras em seu setor.

Considerações finais

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

O presente estudo permitiu uma maior compreensão sobre a sustentabilidade, uma conscientização que devemos fazer nossa parte, exigir que as empresas em nossa volta façam o mesmo, pois as organizações se tornam mais competitivas quando adequadas a realidade da sustentabilidade e assim contribuem para a sociedade, tornando uma ligação harmoniosa entre os envolvidos.

O mundo tem passado por grandes mudanças climáticas nos últimos anos, o que acabou efetivamente fazendo com que as empresas mudassem a sua forma de agir e refletir, podendo identificar que não podemos separar questões sociais das questões ambientais, pois as duas andam lado a lado.

Diante a todo esse cenário atual, as empresas buscam capacitar e treinar seus colaboradores para que atuem de forma sustentável e ajudem a desenvolver seus projetos ligados a sustentabilidade para uma melhor qualidade de vida e melhor utilização dos recursos finitos em que nosso planeta possui. Sendo assim, as organizações podem atingir seus objetivos com uma maior responsabilidade ambiental e obtendo uma melhor aceitação dentro da sociedade em que estão situadas, unindo esforços para o bem da geração atual e futura.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Referências

ALMEIDA, Fernando. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

ATALIBA, Geraldo; GONÇALVES, José Arthur. Crédito-prêmio de IPI: direito adquirido; recebimento em dinheiro. **Revista de Direito Tributário**, v.15, n.55, p.162-179, jan./mar., 1991.

BAUMAN, Z. **Tempos Líquidos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

BOFF, L. **Saber cuidar: Ética do humano – Compaixão pela terra**. 17 ed. Petrópolis: Vozes, 2011. 208 p.

BROWN, Lester R. **Eco-economia: construindo uma economia para a terra**. Salvador: UMA 2003.

DONAIRE, Denis. A internalização da gestão ambiental na empresa. **Revista de Administração USP**, São Paulo, v.31, n.1, p. 44-51, jan./mar.1996.

EXAME. **Portal Guia Exame**. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/>>. Acesso em: 12/08/2016.

FOLHA DE S.PAULO. **Preocupação com ambiente estimula empresas a investir em ecológicos**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/equilibrio/noticias/ult263u3666.shtml/>>. Acesso em 23/08/2016.

LIMA, M. C. B. **Desenvolvimento sustentável, o uso e o aproveitamento adequados da água**. Água, Justiça e Desenvolvimento: Desafios para Gestão dos Recursos Hídricos. Revista da AMAERJ. Rio de Janeiro. Edição especial Meio Ambiente, jun 2001.

NATURA. **Sustentabilidade**. Disponível em: < <http://www.natura.com.br/a-natura/inovacao/sustentabilidade/>>. Acesso em: 25/08/2016.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SEBRAE. **Sustentabilidade**. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6c71908a68eafef008bff332d6ed32fe/\\$File/5486.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6c71908a68eafef008bff332d6ed32fe/$File/5486.pdf)>. Acesso em: 21/08/2016.