



Fundação Educacional do Município de Assis  
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis  
Campus "José Santilli Sobrinho"

**JULIANA TEIXEIRA BREGOLATO**

**SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL:  
PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS BRASILEIRAS**

**Assis – SP**

2012

**JULIANA TEIXEIRA BREGOLATO**

**SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL:  
PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS BRASILEIRAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito do Curso de Graduação em Administração.

Orientador: Prof.<sup>o</sup> Ms. Adm. João Carlos da Silva

Área de Concentração: Ciências Sociais e Aplicadas

Assis - SP

2012

## FICHA CATALOGRÁFICA

B833 BREGOLATO, Juliana Teixeira  
Sustentabilidade Empresarial: Para Pequenas e Médias Empresas  
Brasileiras/Juliana Teixeira Bregolato. Fundação Educacional do Município de  
Assis – FEMA -- Assis, 2011.  
45 p.

Orientador: Prof.º Ms. Adm. João Carlos da Silva  
Trabalho de Conclusão de Curso – Instituto Municipal de Ensino Superior de  
Assis - IMESA

1. Sustentabilidade.

CDD: 658.4  
Biblioteca da FEMA



**SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL:  
PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS BRASILEIRAS**

**JULIANA TEIXEIRA BREGOLATO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, Como requisito do Curso de Graduação em Administração, analisado pela seguinte comissão examinadora:

**Orientador:** Prof.<sup>o</sup> Ms. Adm. João Carlos da Silva

**Analisadora:** Prof.<sup>a</sup> Márcia Valéria Seródio Carbone

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho de Conclusão de Curso a Deus por tudo que me proporciona na vida. À minha mãe, meu pai e meu irmão os quais amo muito. A meu noivo pela compreensão, amor, carinho e companheirismo e a todos os meus colegas em geral.

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço primeiramente a Deus, que através da força do teu espírito, fez com que eu superasse as dificuldades encontradas no meu caminho. E conseguir mais uma conquista ao concluir este trabalho.

Agradeço a minha mãe Cleusa e ao meu pai Celso que sempre me apoiaram e me deram forças para continuar nesse caminho, mesmo com todas as dificuldades que tínhamos nunca me deixaram desistir de lutar.

Ao meu noivo Carlos Pádua por estar sempre ao meu lado me ajudando, me dando coragem, carinho e amor, sendo sempre uma pessoa compreensiva e paciente nesse momento, muito obrigada por estar na minha vida.

Ao Prof.º MS. João Carlos da Silva, que com sua capacidade e empenho de coordenar o Curso de Administração, sempre esteve disposto à melhor atender, me proporcionando chegar até aqui.

Aos professores mestres e doutores que repassaram seus conhecimentos, fazendo com que o meu desenvolvimento fosse o melhor possível.

E aos meus colegas de curso e disciplinas que compartilharam comigo seus conhecimentos.

“Hoje, neste tempo que é seu, o futuro está sendo plantado. As escolhas que você procura, os amigos que você cultiva, as leituras que você faz, os valores que você abraça, os amores que você ama, tudo será determinante para a colheita futura.”

Padre Fábio de Melo

## RESUMO

Esta pesquisa é fundamentada na importância da Sustentabilidade nas organizações, as pequenas e médias empresas brasileiras estão buscando cada vez mais se enquadrarem nos aspectos sociais e ambientais de uma forma a contribuir com a sociedade em geral.

Desta forma, o conteúdo se caracteriza por conceitos de Sustentabilidade, expõe como desenvolver um projeto sustentável de modo que as empresas pratiquem-o de forma consciente e responsável, atingindo os seus objetivos e preservando o meio ambiente.

**Palavras - chave:** Sustentabilidade, Responsabilidade, Empresas.

## **ABSTRAT**

This research is based on the importance of sustainability in organizations, small and medium-sized Brazilian companies are increasingly looking to fit the social and environmental aspects in a way to contribute to society in general. Thus, the content is characterized by concepts of Sustainability, explains how to develop a sustainable project so that companies practice it conscientiously and responsibly, reaching your goals and preserving the environment.

Key - words: Sustainability, Responsibility, Business.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1.0: Vantagens dos investimentos socioambientais.....	27
--	----

## LISTA DE ABRIVIATURAS E SIGLAS

<b>ABRAPP</b> .....	Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar
<b>APLs</b> .....	Arranjos Produtivos Locais
<b>BOVESPA</b> .....	Bolsa de Valores de São Paulo
<b>CFCs</b> .....	Cloro-fluor-carbonos
<b>DS</b> .....	Desenvolvimento Sustentável
<b>GPS</b> .....	Sistema de Posicionamento Global
<b>ISE</b> .....	Índice de Sustentabilidade Empresarial
<b>MPMEs</b> .....	Micro, Pequenas e Médias Empresas
<b>ONU</b> .....	Organização das Nações Unidas
<b>SRI</b> .....	Investimentos Socialmente Responsáveis

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>1. SUSTENTABILIDADE</b> .....	14
1.1 Conceitos e definições sobre Sustentabilidade.....	14
1.2 Sustentabilidade em tempos de globalização.....	16
1.3 A Tecnologia em benefício ao Meio Ambiente.. ..	17
<b>2. SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL</b> .....	20
2.1 A preocupação das empresas com o Meio Ambiente.....	20
2.2 Empresas ecologicamente corretas.....	22
2.3 A importância da sustentabilidade econômica.....	24
<b>3. MERCADO E RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL</b> .....	26
3.1 Empresas, sustentabilidade e mercado.....	26
3.2 O setor de cosméticos e as questões ambientais.....	28
3.3 Responsabilidade Social e pequenas e médias empresas.....	31
<b>4. FATORES ECONÔMICOS DA SUSTENTABILIDADE</b> .....	35
4.1 <i>Clusters</i> e Sustentabilidade.....	35
4.2 Investimentos Sustentáveis.....	36
4.2.1 Investimento Sustentável no Brasil.....	38
4.3 Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE).....	39
<b>CONCLUSÃO</b> .....	41
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	42
<b>ANEXOS</b> .....	44

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho é um estudo sobre a Sustentabilidade Empresarial e tem como finalidade explorar a funcionalidade desta ferramenta nas organizações atuais e como esta, oferece benefícios para a sociedade.

Atualmente a questão primordial que pressiona todo tipo de empresa seja ela pública ou privada é de como permanecer viável e continuar operando de forma amigável com o Meio Ambiente, a maneira como as organizações irão responder aos muitos desafios dessa questão vai determinar sua situação competitiva no mercado.

Sendo assim, um dos aspectos mais interessantes da Sustentabilidade é que esta não é uma ideia nova, porém ainda distante da pequena empresa. Organizações de grande porte já enxergam a importância das questões ambientais no processo de inovações sociais.

Atualmente pode-se perceber uma série de evidências de que os consumidores procuram novos produtos e empresas sustentáveis. As pessoas estão questionando mais o papel das organizações na sociedade e procurando demonstrações de boa cidadania corporativa.

Devido a isso, iremos estudar as consequências diretas da Sustentabilidade Empresarial, para pequena e média empresa e como isso reflete na comunidade e quais as vantagens diretas e indiretas para as organizações.

Nesse sentido, o trabalho está estruturado em quatro capítulos, sendo que: o primeiro tópico trata dos conceitos e definições da Sustentabilidade; o segundo aborda a importância das questões ambientais nas organizações; o terceiro, mostra a execução da Sustentabilidade Empresarial e o quarto capítulo aborda os fatores econômicos da Sustentabilidade a partir de algumas empresas que adotam essa prática.

# 1. SUSTENTABILIDADE

## 1.1 CONCEITOS E DEFINIÇÕES SOBRE SUSTENTABILIDADE

As primeiras ideias sobre sustentabilidade ocorreram nas décadas de 70 e 80 sugerindo crescimentos para todos e a preservação dos recursos naturais. O primeiro marco foi sem dúvidas a Conferencia das Nações Unidas sobre o meio ambiente em Estocolmo, 1972, onde houve uma discussão sobre meio ambiente e desenvolvimento.

A partir de então, a Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento, presidida por Gro Harlem Brundtland publicou o relatório *Nosso Futuro Comum* que ficou conhecido como o Relatório de Brundtland, que foram-se desenvolvendo os primeiros conceitos de desenvolvimento sustentável que enfatizou problemas ambientais como aquecimento global e a destruição da camada de ozônio. Na época eram assuntos novos e polêmicos, e também houve preocupação em relação ao fato de as mudanças climáticas estarem avançando o tempo estimado.

Esse conceito de sustentabilidade significa promover a exploração de áreas e recursos naturais de forma a prejudicar o menos possível o meio ambiente e toda a biosfera que dele depende para sobreviver.

O Relatório ressalta ainda que o Desenvolvimento Sustentável tem que ocorrer nas esferas ambiental, social e econômica e que seria possível um melhoramento nessas tres esferas ao mesmo tempo.

Além disso,o relatório pregava que o Desenvolvimento teria que ser principalmente para as gerações futuras, de modo que deixássemos um mundo melhor para os nossos descendentes.

Enquanto a Comissão Bruntland trabalhava para a divulgação de seus resultados, apareciam novos probelmas ambientais preocupantes: a camada de ozônio estava sendo destruída pelos cloro-fluor-carbonos (CFCs), causando uma situação alarmante sobre o aumento da taxa de câncer de pele; o aquecimento global aumentava sua escala devido ao excesso de gases de efeito estufa na atmosfera e

ao mesmo tempo, um numero preocupante de espécies fauna e flora estava em processo de extinção.

Todos esses debates sobre os problemas globais, levou a ONU – Organização das nações Unidas organizar sua segunda conferência global sobre as questões ambientais, a Conferência das nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, ou Rio-92, agregou na cidade do Rio de Janeiro em 1992. Foi um encontro que juntou muitos lideres mundiais ficando conhecido como um marco nos debates socioambientais mundiais.

A Rio-92 teve como tema principal, a implementação de conceito de desenvolvimento sustentável em escala mundial e a solução dos problemas globais.

Entretanto, sustentabilidade nada mais é que um conceito sistêmico relacionado com os aspectos culturais econômicos, sociais, políticos e ambientais da sociedade humana.

<sup>1</sup>Há hoje uma certa confusão no Brasil quando se fala em desenvolvimento sustentável, uma vez que muitos estão usando a expressão para designar a expectativa de que o país entre numa fase de crescimento que se mantenha ao longo do tempo, e não seja apenas uma bolha, como ocorreu outras vezes. Internacionalmente, a definição de desenvolvimento sustentável é a que está no documento "*Our Common Future*", conclusão dos trabalhos realizados em 1987 pela Comissão Mundial da ONU sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (*Unced*). O documento diz que "desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer as futuras gerações".

Sendo assim, é um meio onde a geração humana preencha as sua necessidades e expressa o seu maior potencial no presente, e ao mesmo tempo preserva a biodiversidade e os ecossistemas naturais para que no futuro, outras gerações possam usufruir a mesma maneira, é um termo usado para satisfazer as necessidades das gerações atuais sem que prejudique a capacidade das gerações futuras.

---

<sup>1</sup> Notícia fornecida pelo Superintendente Geral da Fundação Bunge Ruy Altenfelder

## 1.2 SUSTENTABILIDADE EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO

Embora a globalização econômica seja responsável pelo desenvolvimento das relações internacionais, e o comércio exterior, acaba muitas vezes comprometendo os recursos naturais e todo o meio ambiente.

A globalização vem produzindo efeitos bastante negativos na sustentabilidade ambiental. Não resta dúvidas de que a escala crescente e cumulativa das atividades humanas ocasionou um impacto bastante agressivo ao meio ambiente, que reflete no mercado, e afetam os interesses comuns globais.

O crescente aumento da população e de indústrias nos últimos anos tem melhorado muito a vida dos seres humanos gerando mais empregos e um melhor padrão de vida, mas as consequências são graves em relação ao meio ambiente.

Oliveira, (2008, p. 138) comenta que:

Com o crescimento das multinacionais, aumentou também seu poder político e flexibilidade. Elas podem produzir onde quiserem, muitas vezes aproveitando os baixos padrões ambientais e trabalhistas de alguns países para diminuir custos de produção. Assim, com a maior competição entre os países para atraí-las, elas ganharam poder de barganha, e acabam barganhando incentivos fiscais e outros benefícios com países ou regiões para se instalarem.

Nenhum país pode controlar sozinho as grandes multinacionais, e com isso acaba gerando um crescimento descontrolável dessas grandes organizações que diretamente ou indiretamente acabam atingindo o ecossistema mundial.

Mas não são somente as empresas multinacionais que afetam o meio ambiente, o aumento populacional e o seu elevado ritmo de consumo, também prejudicam e muito o meio em que vivem.

Já Manzini, (2008, p. 19) afirma que:

A sustentabilidade requer uma descontinuidade sistêmica: de uma sociedade que considera o crescimento contínuo de seus níveis de produção e consumo material como uma condição normal e salutar, devemos nos mover na direção de uma sociedade capaz de se desenvolver a partir da redução destes níveis, simultaneamente melhorando a qualidade

de todo ambiente social e físico.É difícil prever hoje como isto poderá acontecer.De qualquer forma, alguns pontos já estão suficientemente claros.

Com a Globalização e o crescimento populacional desenfreado, o mundo parece não ter “tempo” para as questões ambientais. A humanidade vive em um ritmo acelerado e não observa que os seus níveis de produção e o consumo exagerado de materiais tem prejudicado muito o meio ambiente.

Atualmente, as pessoas estão mais preocupadas com a rotina que levam diariamente, como trabalho, filhos, escola, e não param para observar o meio à sua volta. Se pelo menos uma pessoa de uma família, parasse uma vez por dia para dar atenção as questões ambientais, como desligar uma luz de um cômodo que ficou acesa, fechar a torneira enquanto escova os dentes ou ao fazer a barba, aproveitar a água da máquina de lavar para lavar o carro, coletar a água da chuva para lavar as roupas já estaria contribuindo e muito com o meio ambiente.

Se cada um fizer a sua parte todas essas atitudes sustentáveis refletirão para as gerações que ainda estão por vir.

### **1.3 A TECNOLOGIA EM BENEFICIO DO MEIO AMBIENTE**

A tecnologia tem uma evolução muito rápida. Ela evolui de acordo com as necessidades das pessoas, fazendo com que cada vez mais haja mais produtos tecnológicos e inovadores que agridem extremamente todo o meio ambiente.

Toda a preocupação que o planeta está vivendo com as questões ambientais tem muito a ver com o desenvolvimento de novas tecnologias, durante muitos anos, desde a época em que o homem só pensava em enriquecer, e se tornar cada vez mais poderoso, afetou toda a fauna e flora .

Diante disso,a tecnologia e a Sustentabilidade Ambiental foram obrigadas a estarem cada vez mais ligadas umas com as outras, e novas ideias de produtos ecologicamente corretos foram propostas e aceitas pelos consumidores.

Nos dias atuais, a tecnologia já contribui muito com a sustentabilidade ambiental, com a invenção de novas ferramentas como Geoprocessamento como o GPS, e Sensoriamento Remoto, ferramentas na área da saúde como Tomógrafos, carros mais econômicos que poluem menos, postos de recebimentos de celulares e pilhas inutilizados, essas foram as primeiras iniciativas da tecnologia para o convívio com a natureza.

Depois foram surgindo novas ideias como as sacolas oxi-biodegradável, garrafas de refrigerantes retornáveis, apareceram também os pen-drives ecológicos, enfim, várias novas ideias foram saindo do papel e se tornando realidade.

Todas essas novas tecnologias auxiliam, facilitam e contribuem com a preservação ambiental diminuindo a poluição entre outros benefícios.

Segundo Almeida (2007 p. 171):

A criação de inovações sustentáveis envolve prover e estimular visões alternativas do mundo; assegurar o elo entre o desenvolvimento da inovação e seu valor na cadeia produtiva; procurar novas plataformas, assim como aperfeiçoar as já existentes; estimular o empreendedorismo, envolvendo estudantes e profissionais de diferentes gerações; promover pequenos negócios sem perder de vista sua reprodutibilidade para obter ganhos de escala; e, por fim desafiar os modelos de negócios com cenários alternativos de futuro.

Esse processo de gestão no desenvolvimento de inovação, deve estar em sintonia desde a fase inicial da ideia básica com o conceito de sustentabilidade.

Para Oliveira (2008 p.115) comenta que:

Nesse processo de desenvolvimento tecnológico, muitas empresas inovaram e buscaram novas soluções. Apareceram muitas soluções em processos, com ganhos socioambientais e econômicos ao mesmo tempo, a chamada de ecoeficiência. Por exemplo, economizar energia ou reciclar pode trazer ganhos econômico-financeiros às empresas. Nesse processo, muitas empresas viram que tinham que mudar sua relação com a sociedade e responder às demandas por um desenvolvimento mais sustentável.

A Tecnologia só tem a acrescentar, pois novas formas de consumo de energia elétrica e de matéria-prima, surgiram por meio de interesses em resolver os problemas ambientais causados pela globalização.

Cada vez mais há progresso no avanço tecnológico, com menos poluição e economia. Os métodos de fiscalização, controle e prevenção ambiental, tornam-se mais eficientes, por consequente.

A internet também tem sido uma grande aliada para as questões ambientais, pois dissemina várias informações e campanhas na mesma velocidade em que se espalha, tem sido uma ferramenta muito importante para as empresas ambientalistas divulgarem seus produtos e projetos sustentáveis para um número crescente de pessoas e de uma maneira mais efetiva.

Desse modo, os consumidores têm uma maior praticidade em saber se aquela determinada empresa é realmente sustentável ou não, porque de fato, várias organizações propagam serem “ecologicamente corretas” somente para atraírem um maior número de consumidores e lucrarem em cima dessa falsa prática ambiental.

Mas com o avanço da tecnologia, as pessoas podem pesquisar na internet as empresas que adotam práticas sustentáveis antes de efetivarem sua compra.

É crescente também o número de empresas virtuais sustentáveis, hoje em dia a maioria das pessoas não tem tempo para sair de suas casas a fim de fazerem suas compras. Com isso, acabam optando pelas empresas virtuais, pelo fato da comodidade e agilidade.

Mas para que esse ramo virtual não desapareça, é preciso que essas empresas também adotem práticas de sustentabilidade para que não percam a sua clientela, e continuarem colaborando com o meio ambiente.

No tópico 2 vamos tratar da sustentabilidade empresarial e sua importância no contexto mundial.

## **2. SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL**

### **2.1 A PREOCUPAÇÃO DAS EMPRESAS COM O MEIO AMBIENTE**

No século XX o tema sustentabilidade tem gerado bastante euforia nas organizações e também na comunidade em geral.

Porém, temos que analisar e observar com critérios para que não se torne apenas modismo, a mídia constantemente tem divulgado os diversos tipos de problemas que todos nós e nossas futuras gerações deveremos enfrentar, como grandes períodos de seca, precipitações de chuva fora de época, aumento do nível do mar, a falta de aterros para o lixo, em todo o mundo, onde, em alguns casos, a presença do ser humano será cada vez menor.

É crescente a valorização das questões ambientais no segmento empresarial. As empresas estão atendendo às exigências do mercado e da sociedade em geral, antes o enfoque preponderante estava voltado somente para a economia e para a margem de lucro da organização, mas nos dias atuais esse enfoque vem sendo substituído por um conceito mais amplo de desenvolvimento sustentável, no qual as metas de crescimento estão associadas aos esforços de redução dos efeitos negativos causados pelas empresas no meio ambiente.

Algumas empresas dos setores privado e estatal têm demonstrado preocupação com as questões ambientais e sociais, que há pouco tempo não eram vistas como uma responsabilidade das empresas.

Assim sendo, as empresas buscam alternativas diversas para enfrentar as mudanças, tanto internas com externas e se adaptar às novas regras e leis.

A sustentabilidade tem envolvido empresas de todo o mundo, como empresas americanas que têm adotado programas de preservação ambiental determinado pelo governo americano. Essa prática tem diferenciado as estratégias de negócios.

Os autores Silva e Quelhas (2006, p.387) argumentam que:

A maior parte das empresas americanas tem sido condescendente com a adoção de programas de proteção ambiental determinado pelo Governo a partir da legislação e estrutura regulatória. No entanto, nos últimos anos, algumas mobilizações da sociedade em prol do meio ambiente como

boicotes de consumo, preferências dinâmicas de consumo e outras exigências de consumidores nessa área têm afetado fundamentalmente as estratégias de negócios, bem como o valor do negócio principal de várias empresas. É importante ressaltar que essas mobilizações ganharam força na era da tecnologia de informação, promovendo mais fortemente mudanças nas condições competitivas no mercado de atuação de muitas empresas, exigindo uma agilidade na adaptação de estratégias, incorporando qualidade e conhecimento gerencial. Conseqüentemente, muitas estratégias de gerenciamento ambiental têm passado do *status* de controle para a atuação preventiva.

Dentro dessa ótica a sustentabilidade no ramo empresarial, surge uma nova maneira para as organizações fazerem negócios que ao mesmo tempo envolve as questões sociais e ambientais de uma forma a contribuir com a sociedade em geral.

Já os autores Mattarozzi e Trunkl (2008 p. 98) afirmam que:

Para o setor empresarial, o conceito de sustentabilidade representa uma nova abordagem de se fazer negócios que, simultaneamente, promove inclusão social (com respeito à diversidade cultural e os interesses de todos os públicos envolvidos no negócio direta ou indiretamente), reduz - ou otimiza o uso de recursos naturais e o impacto sobre o meio ambiente, preservando a integridade do planeta para futuras gerações, sem desprezar a rentabilidade econômica – financeira do empreendimento.

O que podemos observar ao citá-los é que na visão de ambos o processo de sustentabilidade ajuda a melhoria da periferia e dos chamados excluídos, pois passam a receber algum tipo de investimento seja público ou privado. Ocorre a Sustentabilidade Empresarial envolve os aspectos culturais, sociais econômicos e políticos, de uma forma que todos exerçam uma grande influencia nas importantes decisões das organizações onde estão inseridas.

Encontramos em Veras (2001 p. 67) uma importante contribuição teórica:

Sustentabilidade empresarial é um conceito sistêmico relacionado à continuidade dos aspectos econômicos sociais, culturais e ambientais da sociedade humana. Precisa-se considerar que os aspectos socioambientais exercem influencia crescente nas decisões das empresas e que o desenvolvimento sustentável é a idéia de não esgotar os recursos para o futuro.

Com a afirmativa de Veras, podemos dizer que a Responsabilidade Social e Ambiental, será um assunto cada vez mais discutido entre as pequenas e médias empresas brasileiras, pois envolve lucro, custo e produtividade.

Fujihara e Lopes, (2009 p.39) comentam que:

A transição para uma “nova economia”, os valores intangíveis como responsabilidade ambiental e social, capital intelectual e reputação os tornam ativos cada vez mais importantes. O mercado financeiro já estabelece mecanismos que valoram aspectos da sustentabilidade empresarial – tanto em termos de redução de riscos em potenciais ganhos sendo um fator importante para a tomada de decisões de investimento, principalmente quando se considera a longevidade e o sucesso da empresa no longo prazo.

Para tanto, as empresas precisam enfatizar a dimensão da sustentabilidade em suas atividades com perspectiva de médio e longo prazo, além de exercerem um papel estratégico em suas atividades.

Segundo, Kinlaw (1997 p.XX)

Empresa não é uma questão separada do meio ambiente. A empresa é a questão central do meio ambiente. As formas como fazemos negócios refletem aquilo em que acreditamos e o que valorizamos. A empresa é também a força contemporânea mais poderosa de que dispomos para estabelecer o curso dos eventos da humanidade.

A leitura especializada nos mostra que as organizações exercem uma influência bastante preponderante nas decisões políticas e sociais. Essa questão não pode mais ser separada da oferta de emprego e da questão do aquecimento do planeta, da mesma forma como não pode se separar a questão da desintegração da família com a da pobreza em todo o mundo.

## **2.2 EMPRESAS ECOLOGICAMENTE CORRETAS**

Ainda é um mistério para muitos consumidores definir se uma empresa é realmente sustentável ou não, porque geralmente nem sempre são transparentes os processos internos para tornar uma empresa comum em uma empresa ecologicamente correta.

Para identificar se uma empresa é realmente sustentável, e realmente faz jus a esse título, o primeiro passo é analisar o que vai além do marketing e da propaganda, o que realmente está sendo feito pela tal empresa, e quais sinais podem identificar que ela está indo no caminho correto.

O segundo passo é acompanhar os noticiários sobre a empresa e perceber se há notícias de problemas financeiros ou dificuldades de caixa, que ela venha atravessando, se esses problemas forem constantes em sua história, essa “empresa sustentável” pode ser sustentável somente de fachada, ou se nada for mencionado a esse respeito, deve-se marcar um ponto positivo para ela em seu conceito.

Um ponto importante também a se observar, são os produtos produzidos ou serviços prestados pela empresa. De nada adianta uma empresa seguir políticas de sustentabilidade se os seus produtos ou serviços não são ecologicamente corretos e estão agredindo o Meio Ambiente.

Para que uma empresa se torne completamente uma empresa sustentável, é preciso identificar como ela trata os seus colaboradores e a sociedade que a envolve, os colaboradores vistos como patrimônio da empresa, devem trabalhar em boas condições, a empresa deve realizar atividades ou ações ligadas ao bem-estar da comunidade que a cerca, e deve realmente se preocupar com os seus consumidores.

Kinlaw (1997 p.XXII) comenta que:

O movimento das organizações rumo a uma forma de fazer negócios mais sensíveis em relação ao meio ambiente está claramente em curso. Mais e mais organizações estão entrando no marketing verde e mais e mais organizações estão desenvolvendo políticas ambientais e introduzindo programas de redução, reciclagem e reutilização dos recursos. Um número cada vez maior de empresas já está se beneficiando das muitas oportunidades competitivas oferecidas pela questão ambiental.

Apesar das vantagens estarem se tornando cada vez mais óbvias das empresas se tornarem verdes, o movimento rumo a uma forma ambientalmente mais sensível de fazer negócios ainda corre o risco de ser desequilibrado.

Kinlaw (1997 p.XXIII) ainda comenta que:

As organizações precisam achar sua forma de conquistar o envolvimento do seu pessoal nos novos tipos de metas de desempenho e novos tipos de critérios de desempenho, os quais fundem qualidade, lucro e meio ambiente em um elemento único. As organizações precisam definir o conceito ou princípio organizador que possa assessorá-las no planejamento, definição e execução de um completo reordenamento das formas como conduzem cada aspecto de seu negocio, começando daquilo que recebem dos fornecedores e terminando com aquilo que enviam ao meio ambiente.

Recentemente foi feita uma pesquisa com mais de 100 empresas brasileiras que adotam praticas sustentáveis. O resultado foi animador. Elas estão adotando medidas concretas para mudar a operação, reduzir o consumo de água e energia, mudar rotas e formas de armazenamento. Estão até contratando executivos especializados no assunto para dar uma assistência melhor para a organização, e não estão fazendo isso por modismo, mas sim por exigências do mercado.

As fontes de pressão para a mudança de atitude dessas empresas são os clientes, os fornecedores e o governo. Mas apesar de as empresas relatarem que 69% dos consumidores já exigem soluções ecologicamente corretas, e 19% exigirão em um curto prazo, apenas um em cada quatro clientes aceita a pagar mais por essa pratica dotada pela empresa.

Portanto, as empresas que adotam medidas e projetos de sustentabilidade, são bem mais aceitas pela maioria dos consumidores modernos, que entre os fatores de compra, optam por aquelas empresas que adotam práticas sustentáveis.

### **2.3 A IMPORTÂNCIA DA SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA**

Há alguns anos atrás, as principais decisões de uma organização como produção, gestão e marketing estavam associadas às variáveis econômicas e ao principal objetivo de se obter lucro, sem levar em consideração as variáveis ambientais como a geração de resíduos e o ecossistema.

Nos dias de hoje, o lucro, sem dúvidas, continua a ter um papel fundamental, já que sem ele as empresas não sobrevivem. Contudo, a análise econômica já leva em

conta também as questões ambientais, as pessoas continuam a atuar de maneira inconsciente: consomem mais do que o necessário, produzem como se os recursos naturais fossem infinitos ou como se a capacidade da Terra de receber resíduos e lixos fosse infinita.

O fato é que a camada de ozônio está diminuindo lentamente, o aquecimento global vem provocando cada vez mais tragédias e uma alta onda de calor em todo o mundo, entre outros acontecimentos.

Diante disso, é necessário que haja uma mudança de paradigma. É de extrema importância que seja colocado em prática um modelo econômico que concilie o crescimento econômico e as questões ambientais, para que as próximas gerações possam usufruir de um mundo mais limpo e saudável.

O caminho para este novo paradigma de Desenvolvimento Sustentável deve passar necessariamente por ajustes das empresas da sociedade e do governo. As empresas devem atrelar um modelo de produção lucrativo com o uso menos intensivo de energia elétrica e recursos naturais.

Dessa forma, as regulamentações ambientais mais restritivas que o governo tem imposto às empresas, as induz a investir na descoberta de novos avanços tecnológicos para uma produção mais sustentável e que utiliza menos recursos naturais e energia elétrica.

Estas novas tecnologias resultam em um processo bastante eficiente e que compensam os custos de se adaptarem às novas regras ambientais, mantendo assim a lucratividade dos negócios.

No tópico 3 vamos discorrer sobre mercado e responsabilidade social empresarial.

### **3. MERCADO E RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

#### **3.1 EMPRESAS, SUSTENTABILIDADE E MERCADO**

No setor privado ao contrário das reações conflituosas ambientais que no passado, só davam importância para o lucro, hoje há lugar para uma crescente associação de melhorias ambientais como empresas eficientemente responsáveis, refletindo diretamente na imagem da capacidade de produção da organização.

Com a adoção de práticas ambientais, várias oportunidades de mercado estão se abrindo para essas empresas. Novos investidores também vêm inserindo recursos sobre as organizações que adotam pelo menos um projeto sustentável para fazerem suas aplicações.

Segundo, Oliveira (2008 p.115) comenta:

Ao mesmo tempo, muitas empresas vislumbram oportunidades de mercado posicionando-se em relação às questões socioambientais. Viram que muitas agregavam valor à empresa ou produtos. Saíram definitivamente da resistência a mudanças e dos conflitos com movimentos da sociedade civil para considerar as questões socioambientais como parte de sua estratégia de negócios e tentar parcerias com atores no setor governamental e sociedade civil.

Portanto, as empresas descobriram que podem ganhar com a melhoria de práticas socioambientais, com o aumento da competitividade e da concorrência. Elas estão buscando novas estratégias de negócios para aprimorar seus produtos ou serviços no mercado.

Com isso, passaram a perceber que essas práticas de sustentabilidade na verdade não eram custos e podiam ser transformadas em ações com retorno financeiro e oportunidades em novos mercados.

Oliveira (2008 p. 116) mostra ainda na figura 1.0 as vantagens de se investir em projetos socioambientais:

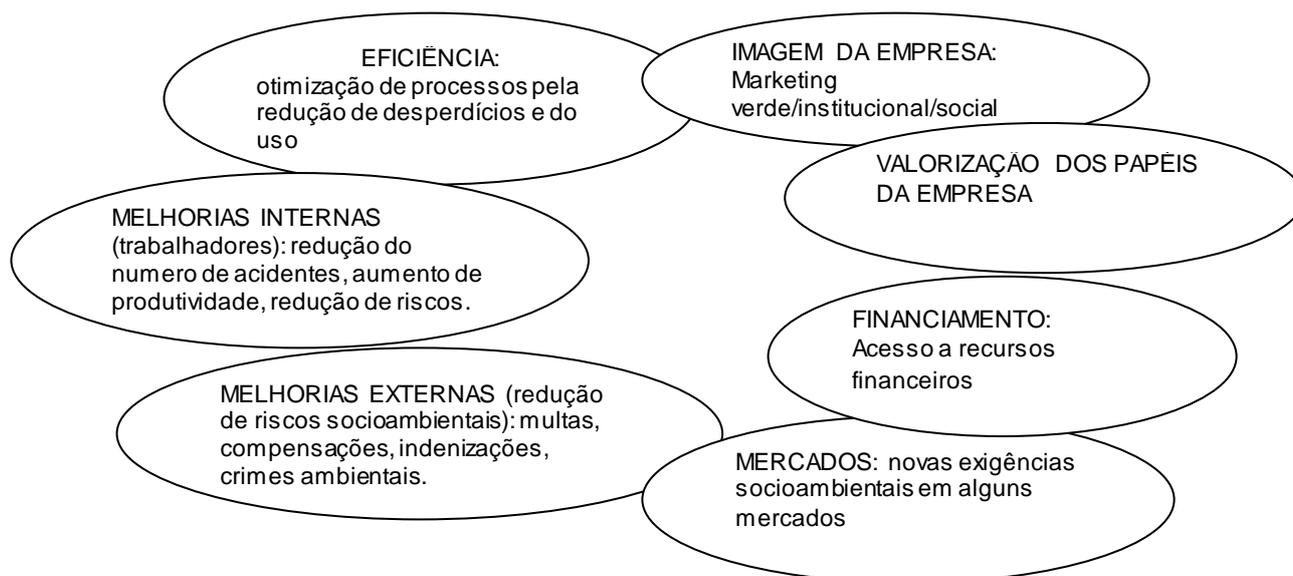


Figura 1.0 - Vantagens dos investimentos socioambientais.

Encontramos ainda em Oliveira (2008 p. 116) que:

Há muitas situações de “ganha-ganha” (melhoria socioambiental e ganhos econômico – financeiros ao mesmo tempo) dentro das empresas, que podem gerar retornos de curto, médio e longo prazo. Por exemplo, um investimento para mudar certo processo produtivo de modo a torná-lo menos poluente pode também gerar ganhos tremendos em produtividade e financeiros. É a chamada eco eficiência.

Desta forma, podemos afirmar que as práticas socioambientais podem levar as empresas a ganharem muito, tanto interna como externamente. No caso interno, podem ganhar com os investimentos em saúde e segurança ao trabalhador diminuindo os riscos de acidente e dias de trabalho perdidos, evitando assim indenizações e a paralisação na produção.

Nas melhorias externas, as empresas tendem a ganhar com a redução dos riscos ambientais, que geram multas e indenizações causadas por crimes ambientais.

Os consumidores procuram cada vez mais por produtos sustentáveis. Eles buscam informações sobre os produtos antes de efetuarem a compra. Muitos consumidores

preferem pagar mais caro em um determinado produto, por uma melhor qualidade socioambiental.

Com isso abre-se um nicho de mercado para as empresas que buscam novas melhorias e excelências. Na qualidade sustentável, as quais conseqüentemente, vão se destacar muito mais do que aquelas empresas que não adotam nenhuma prática sustentável.

Aos poucos, as organizações que não estão enquadradas nessa prática ambiental, vão percebendo que não terão por onde escaparem. Hoje atualmente a poluição está tomando conta do ar e da água, muitos animais estão morrendo por conta da seca, a camada de ozônio está cada vez maior, os raios ultravioletas estão cada dia mais fortes. Tudo isso é o conseqüência da produção das grandes empresas, do crescimento populacional, e do consumo exagerado das pessoas.

É hora de começar a correr contra o tempo. Não há como as grandes empresas não fazerem absolutamente nada. São elas as principais responsáveis pelo aquecimento global e destruição exagerada do meio ambiente.

Portanto, se não tomarem nenhuma atitude quanto às questões sustentáveis, elas correm o risco de serem multadas por crimes ambientais e terão que pagar indenizações ao governo do seu Estado de origem.

### **3.2 O SETOR DE COSMÉTICOS E AS QUESTÕES AMBIENTAIS**

O setor de cosméticos é um dos setores mais representativos quando se trata das questões ambientais. As empresas de maior êxito se colocam socialmente responsáveis. Para entender melhor essa questão, estudaremos duas empresas brasileiras pioneiras em produtos socialmente responsáveis, a Natura e O Boticário.

Os cosméticos têm sido utilizados há décadas, principalmente por pessoas da classe alta como uma maneira de se diferenciar das outras pessoas, supondo ficarem assim mais bonitas.

Mas foi no início do século XX que os cosméticos começaram a se popularizar quando os atores famosos apareciam maquiados. Devido a isso, o mercado cresceu e as empresas especializadas em produção dos cosméticos se destacaram.

Na mesma época, surgiram alguns movimentos ambientalistas protestando contra as indústrias de cosméticos devido à utilização de animais para testes de seus produtos, e também pela preocupação com o uso excessivo dos recursos naturais vindos de ecossistemas frágeis.

Com isso os produtos de cosméticos se consolidaram como um vilão para a sociedade, mas ao final da década de XX, isso começou a mudar, com o aparecimento de empresas de cosméticos com uma atitude diferente, preservando a fauna e a flora, como as empresas Natura e O Boticário, ao aliarem os negócios às questões ambientais e sociais.

A seguir veremos um pouco mais detalhadamente acerca das duas empresas.

#### **NATURA:**

A Natura foi criada em uma pequena loja e um laboratório inaugurado em 1969 em São Paulo, e é uma das empresas no setor de cosméticos que mais cresce no mercado, mas foi a partir da década de 1990 que começou a reforçar seu vínculo com as questões sociais e ambientais.

Em 2005, como reconhecimento ao compromisso que a empresa tem com a sustentabilidade, as ações da Natura foram incluídas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). Cujas finalidades é reconhecer as companhias com os melhores desempenhos em todas as dimensões empresariais.

A Natura é uma empresa de referência em assuntos ligados à Sustentabilidade Empresarial, as principais causas de apoio são o uso sustentável da biodiversidade brasileira, combate ao estereótipo da mulher e vínculo entre mãe e filho. Ela está presente em todo o Brasil, além de Argentina, Chile, México, Peru e França.

Sua distribuição é basicamente por venda direta ao consumidor, contando com mais de 500 mil consultoras no Brasil e mais de 50 mil em outros países. Seu crescimento

tem sido muito grande nos últimos anos, passando de 81 milhões de produtos vendidos, em 2000, para 241 milhões, em 2006.

A Natura tenta associar sua marca e algumas linhas de produtos com as questões socioambientais.

### **O BOTICÁRIO:**

O Boticário foi fundado em 1977, em Curitiba, como uma farmácia de manipulação e se tornou uma das maiores franquias do país e a maior do mundo no setor. Em 2007, possuía mais de 2000 lojas em todo o Brasil e estava presente em 24 países incluindo Estados Unidos, Portugal, Japão e Bolívia.

A empresa tem uma forte atuação socioambiental e investe 1% de sua receita líquida em investimentos sociais. Além disso, volta-se à área de conservação ambiental por meio da Fundação O Boticário de Preservação da Natureza.

Como se pode perceber, as duas empresas utilizam as questões socioambientais em suas estratégias de negócios, agregando o valor de sua marca e dos seus produtos às questões socioambientais.

Naturalmente, essa questão tem sua importância nos negócios dessas empresas, mas o seu êxito não está somente ligado às questões de Sustentabilidade, o seu sucesso também está relacionado com os quatro Ps, que são eles: Produto, Promoção, Praça e Preço.

Primeiro, as duas empresas são inovadoras na utilização dos elementos naturais dos seus produtos, são de excelentes; qualidade e bastante valorizados pelos seus consumidores; elas investem em pesquisas e desenvolvimentos de produtos com esse tipo de elemento.

Segundo, as duas empresas têm excelentes canais de distribuição, tanto por lojas, franquias ou venda direta ao consumidor por consultoras.

Terceiro, apesar de os seus produtos terem um preço mais elevado do que as outras empresas de cosméticos, elas conseguiram que seus produtos fossem valorizados por outros aspectos como alta qualidade e marcas consolidadas.

E por fim, elas conseguem utilizar as questões de Sustentabilidade e Responsabilidade Social na promoção de seus produtos e da sua marca, de forma a trazer benefícios para a sociedade e principalmente para o meio Ambiente.

### **3.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL E PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS**

Nas últimas décadas, as pequenas e médias empresas ganharam uma posição muito importante na agenda de desenvolvimento de muitos países como fonte eficaz para a sociedade. Essas políticas ajudaram as pequenas e médias empresas a superar os obstáculos de produção e marketing que enfrentam geralmente, e permitir que compitam com as grandes empresas em novos mercados mais distantes e sofisticados.

As pequenas e médias empresas têm um papel fundamental na geração de emprego, mas a maioria delas tem sérios problemas nas questões ligadas à responsabilidade social, como inadequação tributária, trabalhista e ambiental. A falta de conhecimento, experiência tecnológica, treinamento e o investimento necessário para fazer melhorias, são alguns dos obstáculos para a implementação de políticas de responsabilidade social para as pequenas e médias empresas.

Responsabilidade Social Empresarial se trata do comprometimento dos empresários de adotar um comprometimento ético e contribuir com o Desenvolvimento econômico melhorando simultaneamente a qualidade de vida dos seus colaboradores e de toda a sociedade em geral. Se trata também da seriedade da ética e a transparência das relações com todo o seu público, a preservação do Meio Ambiente, o respeito à diversidade e a promoção da redução da desigualdade social.

Nos últimos tempos, aconteceu a ampliação da Responsabilidade Social Empresarial e dos conceitos vinculados ao tema, como sustentabilidade empresarial ou cidadania empresarial.

A Responsabilidade Social Empresarial geralmente envolve a busca de novas oportunidades como uma maneira de responder às demandas ambientais, sociais e econômicas do mercado. Dentro do conceito de Responsabilidade Social Empresarial que vem sendo incorporado pelas empresas, o público alvo deixa de ser apenas o consumidor e passa a abranger um número muito maior de pessoas e empresas.

Porém, boa parte das pequenas e médias empresas faz algum tipo de ação social, ou seja, projetos voluntários que beneficiam a sociedade em que atuam conseqüentemente começam a aparecer pressões e oportunidades para elas. Um projeto de responsabilidade social só traz conseqüências positivas para a sociedade, e para a empresa, se for realizado de forma legítima. Um programa de responsabilidade social empresarial pode desenvolver atividades criativas, tais como: incorporação dos conceitos de responsabilidade social à missão da empresa, divulgação desses conceitos entre os funcionários e prestadores de serviço, estabelecimento de princípios ambientalistas como uso de materiais reciclados e a promoção da diversidade no local de trabalho.

As preferências dos consumidores tendem a mudar, privilegiando as empresas mais socialmente responsáveis; as empresas estão se conectando em cadeias globais, onde já existem questões socioambientais, ou por pressão dos consumidores em locais distantes, ou por políticas de Responsabilidade Social Empresarial de grandes empresas. Muitas das pequenas e médias empresas começam a adotar políticas de Responsabilidade Social por questões moral ou por vislumbrarem benefícios a médio e longo prazo.

As pequenas e médias empresas, por seu tamanho, têm a capacidade de mudar rapidamente quando necessário, e assim finalmente começa a aumentar a fiscalização dos poderes públicos sobre as questões ligadas aos fatores ambientais e trabalhistas.

Além disso, uma das ideias principais por trás das políticas de Responsabilidade Social para pequenas e médias empresas, é que apoiá-las é também uma boa política social, porque elas são mais débeis, no entanto, geram mais trabalho e renda, na maior parte das vezes, para os mais pobres.

As políticas públicas dos países em desenvolvimento assumem que qualquer tipo de apoio às pequenas e médias empresas, sejam elas formais e informais, legais e ilegais, é importante para o desenvolvimento econômico e social local, e conseqüentemente bom para comunidades locais.

É real que algumas dessas políticas conduzem ao desenvolvimento econômico e social gerando postos de trabalho e tirando pessoas da pobreza da dependência de redes de apoio social, como a bolsa-família, fome zero e outros programas sociais.

Entretanto, esse desenvolvimento econômico pode não ser sustentado em longo prazo, pois essas políticas para as pequenas e médias empresas podem gerar apenas empregos informais ou de baixa capacitação, frequentemente mal pagos e em condições de trabalhos precárias, empresas que tenham seus produtos com uma baixa qualidade e não pagam devidamente os seus impostos e nem respeitam as leis ambientais e trabalhistas.

Devido às crises políticas, as mudanças na macroeconomia ou por crises financeiras internacionais, os benefícios dessas iniciativas podem ser perdidos de repente. Além disso, a globalização e a competição de produtos vindos de outra parte do país, ou uma posição fraca na cadeia de valor, podem levar a inviabilidade do negócio e perder o pouco lucro que tem.

Segundo, Oliveira (2008 p.198) comenta:

A maneira de se evitar “a corrida ao fundo do poço” e conseguir um desenvolvimento mais a longo prazo para as MPMEs é através do melhoramento de seus processos, produtos, funções e mercados através de uma inovação contínua. Com o tempo, elas poderiam melhorar as suas funções (por exemplo, melhor distribuição e marca mais forte). Com processos mais eficientes e produtos melhores, as MPMEs podem almejar mercados e preços melhores, além de ganhos maiores, podem investir em melhores salários e condições ambientais, trabalhistas e de saúde e segurança.

Para que as pequenas e médias empresas melhorem as condições trabalhistas, ambientais e sociais, é necessário uma maior regulamentação legal ou através de pressão social. Uma maior fiscalização e cumprimento da legislação poderiam levar a que as empresas se desenvolvessem seguindo padrões ambientais, trabalhistas, tributários e de saúde e segurança de acordo com a lei, gerando um

desenvolvimento sustentável, que por sua vez, é um desenvolvimento econômico com qualidade social e ambiental.

Portanto, as pequenas e médias empresas que adotarem Responsabilidade Social Empresarial, tende a ter uma gestão mais consciente e clara quanto à sua própria missão, conseguindo assim, um melhor ambiente de trabalho, com um maior comprometimento dos seus colaboradores, uma relação mais forte com os seus fornecedores e clientes, contribuindo com uma melhor imagem para a comunidade.

No próximo tópico vamos discorrer sobre fatores econômicos da sustentabilidade.

## 4. FATORES ECONÔMICOS DA SUSTENTABILIDADE

### 4.1 CLUSTERS E SUSTENTABILIDADE

*Clusters* ou Arranjos Produtivos Locais (APLs) são aglomerações de agentes econômicos em determinado setor da economia, e pode ser considerado como uma reunião de pequenas e médias empresas que estão situadas em um mesmo local e que apresentam um grande nível de entrosamento entre si e constituem em um modelo de desenvolvimento local.

Entende-se que a vantagem competitiva dessa vizinhança de concorrentes decorre do fato de o cliente em poder encontrar o que necessita, pela quantidade de lojas disponíveis no local; poder comparar produtos e preços e usufruir de facilidade de acesso (por haver várias lojas agrupadas, muitas vezes a região é servida por linhas de ônibus, metrô, e surgem serviços de apoio, como estacionamentos e lanchonetes, entre outros).

Segundo, Siqueira e Telles (2008 p. 177), afirmam que:

Trata-se de um problema de maximização de utilidade, que pode ser traduzido na seleção de um ponto (ou região ou localidade), dotado da maior oferta possível de produtos, preços, opções de pagamento, ou seja, com maior disponibilidade de alternativas de compra, envolvendo variedade e sortimento de produtos e serviços acessíveis.

Além de empresas, os *Clusters* incluem também diversas outras organizações de apoio, públicas e privadas, voltadas para as áreas de formação e capacitação de recursos humanos, pesquisa e desenvolvimento e engenharia, política, promoção e financiamento.

Este caso busca analisar de que forma podemos trabalhar com *Clusters* para buscar um desenvolvimento mais sustentável para as pequenas e médias empresas brasileiras, ou seja, ter empresas produzindo formalmente, pagando impostos, com mão-de-obra bem remunerada, trabalhando em boas condições de saúde e segurança e seguindo a legislação ambiental.

As políticas públicas poderiam envolver iniciativas para um melhoramento de *Clusters* e conectar as pequenas e médias empresas em cadeias que valorizem as questões socioambientais, além de ajudá-las a adaptar seu processo produtivo, difundir o conceito de Responsabilidade Social também difundiria exemplos e criaria lideranças para avançar com as questões ambientais nas pequenas e médias empresas.

Oliveira (2008 p. 201) comenta que:

O conceito de *cluster* facilita análise de melhoramento socioambiental nas MPMEs por vários motivos. Como unidade de análise, o *cluster* é o que mais se aproxima para estudar desenvolvimento local em comparação com outras unidades de análise de organização industrial, como firmas, setor ou cadeias. *Cluster* envolve território ou limites geográficos e também fatores a atores não econômicos.

As economias de aglomeração e eficiência coletiva podem criar mecanismos para o melhoramento socioambiental de *Clusters* como:

- Economias de escala para encontrar soluções que podem ser utilizadas individualmente para todos, como estações de tratamento de afluentes simplificadas para as pequenas e médias empresas;
- Desenvolvimento de habilidades especializadas na área socioambiental;
- Potencial para gerar inovação tecnológica;
- Potencial para desenvolvimento de serviços especializados, como firmas de consultoria, gestão de resíduos, treinamentos, etc.

Porém, estar em *cluster* pode gerar algumas limitações para alavancar as melhorias socioambientais, como por exemplo; o alto valor dos custos ou investimentos devido à grande escala; o alto risco de um impacto negativo nos *clusters*, o que pode não ser viável economicamente.

## **4.2 INVESTIMENTOS SUSTENTÁVEIS**

Os investimentos sustentáveis são alternativas para financiar empresas e empreendedores que possam contribuir para a sociedade de uma maneira mais

sustentável. Há um número crescente de companhias, bancos, fundos e capitalistas de risco que focalizam seus investimentos em empresas sustentáveis.

O Desenvolvimento Sustentável (DS) ficou popularmente conhecido pela liberação do relatório de Brundtland, ou “O Nosso Futuro Comum”, citado no primeiro capítulo onde houve um debate tremendo na teoria e na prática em como executar o DS e o que são os papéis dos atores diferentes nesse processo.

As empresas têm um papel muito importante, porque consomem uma grande quantidade de recursos ambientais e têm impactos econômicos e sociais fundamentais na sociedade.

Um desafio a uma sociedade mais sustentável seria promover investimentos que promovam alguns projetos e empresas mais sustentáveis, isso significa mudar os fins e os meios das empresas financeiras para gerar não somente grandes retornos financeiros, mas sim promover formas de empreendimentos que levem a impactos sociais e ambientais mais positivos.

Oliveira (2008 p. 212) afirma que:

Os investimentos que promovem negócios mais sustentáveis são chamados “Investimentos Sustentáveis (IS), que também têm outras terminologias similares, como investimentos social ou ambientalmente responsável, investimentos éticos ou investimentos verdes. Esses investimentos sustentáveis são os investimentos que consideram os critérios sociais e ambientais em suas estrutura de decisão ou investimentos tradicionais que financiam de algum modo negócios mais sustentáveis, como investidores de risco em projetos com caráter socioambiental relevante para mercados mais demandantes.

Os investimentos sustentáveis podem potencializar os retornos financeiros, de modo que incrementem o valor do ativo, devido à percepção do mercado de que as melhores práticas de valores socialmente ambientais e de governança corporativa terão benefícios ao longo prazo

#### 4.2.1 INVESTIMENTO SUSTENTÁVEL NO BRASIL

No Brasil vários bancos já possuem linhas ou fundos de investimentos sustentáveis, como o Unibanco, Itaú entre outros. O Itaú lançou o Fundo Itaú de Excelência Social criado em 2004 com um patrimônio aproximadamente de R\$250 milhões em novembro de 2006. O Unibanco, na área de microcrédito tem esse tipo de operação com o lançamento do ISE – Índice de Sustentabilidade empresarial, da Bovespa.

Os debates sobre investimentos sustentáveis no Brasil cresceram nos últimos anos.

Em 2000 foi lançado pela Bolsa de valores de São Paulo – Bovespa, os níveis diferenciados de governança corporativa, Nível 1 e 2, que são segmentos especiais de listagem desenvolvidos com o objetivo de proporcionar um ambiente de negociação que estimulasse, ao mesmo tempo, o interesse dos investidores e a valorização das companhias.

Em 2001 teve início os primeiros lançamentos de Fundos Socialmente Responsáveis por bancos que operam no Brasil, trazendo a possibilidade de se investir em ações de empresas que valorizam a economia.

Em 2003 a ABRAPP - Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar em parceria com a Ethos – Instituto de Pesquisa Aplicada, lança os Princípios Básicos de Responsabilidade Social, durante o Congresso Anual dos Fundos de Pensão, a adoção desses critérios vem alterando o perfil de investimentos em renda variável no Brasil, influenciando no comportamento de investidores e acionistas de empresas e trazendo um avanço significativo para o país.

Em 2005 foi lançado o ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial, pela Bovespa, considerando o desempenho financeiro, social, ambiental e de governança corporativa de companhias listadas na bolsa.

Em 2009 chega a oito o número de bancos operando no Brasil que possuem Fundos de Investimentos baseados em papéis de empresas que se preocupam com a sustentabilidade.

E em 2010 o ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial completa cinco anos.

Há muitos trabalhos que analisa como os investimentos sustentáveis são controlados e executados, o investimento sustentável tem um papel muito importante em promover o desenvolvimento sustentável do país.

### **4.3 ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE)**

O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da Bolsa de valores de São Paulo – Bovespa é a primeira iniciativa de criação de índices de sustentabilidade em bolsas da América Latina. Ele foi elaborado por uma série de entidades que são ligadas ao setor empresarial e financeiro, com a participação do Ministério do Meio Ambiente, e tem a colaboração da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo.

É um indicador que mede o retorno total de uma carteira teórica composta por ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial.

Teve início em 2005 com a tendência de que os investidores mundiais procurassem empresas socialmente responsáveis e rentáveis para aplicarem os seus recursos. Essas aplicações são denominadas “investimentos socialmente responsáveis” (SRI) consideram que empresas sustentáveis geram um grande valor para os acionistas ao longo prazo, pois estão mais preparadas para enfrentar riscos econômicos, sociais e ambientais.

São convidadas para participar empresas dos 150 papéis mais líquidos, recebendo um questionário, dessas, até 40 podem ser incluídas, não havendo divisão setorial, pois o número de empresas do universo analisado pela Bovespa é pequeno. O desempenho é analisado por 24 critérios e 56 indicadores, nas dimensões econômicas, sociais, ambientais e governança.

Também diferencia empresas que têm um comprometimento maior com a sustentabilidade, em termos de qualidade, nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, equidade, transparência, natureza do produto, além do

desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e de mudanças climáticas.

No Brasil, essa ideia já teve início e há possibilidade de que ela cresça e se consolide o mais breve possível. A Bovespa em parceria com várias instituições e juntamente com o Ministério do Meio ambiente, decidiram unir esforços para criar um índice de ações que seja um referencial para os investimentos socialmente responsáveis, o ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial.

Nesse sentido, formaram um Conselho Deliberativo presidido pela BOVESPA, que é o órgão máximo de governança do ISE e tem como missão garantir um processo transparente de construção do índice e de seleção das empresas.

## CONCLUSÃO

Ao término do trabalho espera-se que os objetivos iniciais tenham sido atingidos, já que há possibilidades de se praticar a sustentabilidade dentro das organizações.

É uma ferramenta muito importante por ser uma estratégia de mudança e de comportamento. Ela combina os melhores elementos das abordagens tradicionais da mudança social num esquema integrado de planejamento e ação, aproveitando os avanços na tecnologia das comunicações, tendo assim, seu foco voltado para a mudança de valores e comportamentos dos indivíduos ou grupos.

Atualmente as ações sociais, de sustentabilidade e preservação ambiental são vistas com bons olhos pelos consumidores, que estão cada vez mais exigentes e optando por consumir produtos que realmente venham a contribuir pela melhoria de vida da comunidade e meio ambiente.

Conclui-se que a aceitação da sustentabilidade pelas empresas no período analisado foi de grande importância para a sua continuidade no mercado. As empresas que investem em responsabilidade social e ambiental são as que atingem os maiores retornos financeiros do mercado.

Assim, espera-se que esta pesquisa possa conscientizar o quão importante é a realização uma boa prática social e ambiental, e o quanto ela pode contribuir positivamente para com a sociedade e gerando uma maior perspectiva de vida, respeito e um bom posicionamento no mercado.

Assim sendo, foi possível despertar por meio da pesquisa, o interesse pelos conceitos e definições de Sustentabilidade e levá-los até as empresas. Em que pese o desconhecimento do futuro e as incógnitas do presente, o trabalho pode trazer grande contribuição para empresas e comunidade.

Por fim, podemos concluir que o estudo demonstrou que as empresas que anseiam espaço nessa nova economia, precisam treinar e capacitar seus colaboradores para ser espelho de gestão.

Creemos que, teorizando, observando e analisando esse tema, conseguimos alcançar as metas propostas.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando. **Os desafios da Sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

FUGIHARA, Marco Antonio; LOPES Fernando Giachini. **Sustentabilidade e mudanças climáticas**: guia para o amanhã. São Paulo: Terra das Artes Editora: Editora Senac, 2009.

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

KINLAW, Dennis. **Empresa competitiva e ecológica**: desempenho sustentado na era ambiental. São Paulo: Makron Books, 1997.

MANZINI, Ezio. **Design para inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MATTAROZZI, Victorio; TRUNKL, Cássio. **Sustentabilidade dos negócios no setor financeiro**: Um caso prático. Annablume, 2008. 98p.

OLIVEIRA, José Antonio Puppim de. **Empresas na Sociedade**: Sustentabilidade e Responsabilidade Social Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SIQUEIRA, J.P.L. de TELLES, R. Estratégia em Clusters e redes de negócios. In: **Estratégia Contemporânea**: Internacionalização, Cenários e Redes. Guarujá: Akademia, 2008.

SILVA, L.S.A., QUELHAS, O.L.G., Sustentabilidade empresarial e o impacto no custo de capital próprio das empresas de capital aberto. **Gestão & Produção**, v.13, n.3, p.385-395, 2006.

VERAS, Manoel. **Virtualização**: Componente Central do Datacenter. Brasport 2001.67p

<<http://www.suapesquisa.com/ecologiasaude/sustentabilidade.html>>. Acesso em: 07 jan. 2012, 18h35min.

<http://www.atitudessustentaveis.com.br/sustentabilidade/sustentabilidade/> - Acesso em: 09 jan. 2012, 21h07min.

<<http://ambiente-verde.blogspot.com/2006/10/conceitos-de-sustentabilidade.html>>. Acesso em: 18 jan. 2012, 19h24min.

<<http://www.autossustentavel.com/2011/12/sustentabilidade-conceito-desafios-e.html>>. Acesso em: 21 jan. 2012, 16h47min.

<<http://www.cenedcursos.com.br/efeitos-dos-problemas-ambientais-na-sociedade-e-populacao.html>>. Acesso em: 05 fev. 2012, 20h45min.

<<http://www.scielo.br/pdf/gp/v13n3/02.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2012, 20h48min.

<<http://www.natura.com.br>>.\_ Acesso em: 04 mar. 2012, 10h20min.

<<http://www.bmfbovespa.com.br>>. Acesso em: 15 maio 2012, 14h38min.

**ANEXOS:**

Foto 1 – Linha Ekos Natura



Foto 2 - Linha Nativa SPA O Boticário

