

**FACULDADE LATINO AMERICANA DE EDUCAÇÃO**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – BACHARELADO**

**RENARA ALMADA MOREIRA**

**SUSTENTABILIDADE COMO UMA ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA**  
**NAS EMPRESAS DO SÉCULO XXI**

**FORTALEZA - CE,**  
**2016**

**RENARA ALMADA MOREIRA**

**SUSTENTABILIDADE COMO UMA ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA  
NAS EMPRESAS DO SÉCULO XXI**

Artigo apresentado no curso de Administração (Bacharelado) da Faculdade Latino Americana de Educação como requisito parcial do grau de Bacharel em Administração.

**Orientadora:**

Prof.<sup>a</sup> Ana Flávia Calixto da Costa

**FORTALEZA – CE,  
2016**

## **SUSTENTABILIDADE COMO UMA ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA NAS EMPRESAS DO SÉCULO XXI**

Renara Almada Moreira<sup>1</sup>  
Ana Flávia Calixto da Costa<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O presente trabalho tem como propósito abordar e destacar a busca de flexibilidade das empresas em tentativa de adequação as práticas sustentáveis como uma forma de estratégia empresarial e/ou vantagem competitiva, visando direcionar a inovação e consequentemente obter lucratividade. Busca-se abordar a importância da sustentabilidade, ligando-a a atual situação do planeta em termos de degradação, haja vista que os consumidores tem se interessado mais sobre estas causas ambientais. As instituições estudam métodos de identificar a situação de cada concorrente minuciosamente em termos de competitividade, além da tentativa de especificar as estratégias empresariais usadas nos dias de hoje, visando uma melhor oportunidade de negócio. As empresas atualmente vêm investindo em sustentabilidade não apenas apoiando as questões ambientais e retardamento da degradação ambiental, mas sim também como uma forma de estratégia que visa o destaque entre as demais (empresas) através de novas formas e possibilidades de se produzir com maior redução de custos, ocasionando em melhor renda e lucratividade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Sustentabilidade - Estratégia Empresarial – Lucratividade.

## INTRODUÇÃO

A introdução da estratégia em sustentabilidade nas empresas da atualidade, visto que a cada dia vem ganhando mais espaço no mercado e diante dos meios comunicativos, vem acarretando mais força e conquistando seu espaço dentro dos planos e metas estabelecidos pelas próprias organizações, isso devido a capacidade de associar o meio produtivo das mesmas, ligado a preservação do que poderia ser descartado, tornando-os rentáveis e aplicados novamente em novos produtos.

A busca por inovações nas empresas atuais vem sendo estudadas minuciosamente, visto que o mercado está cada vez mais exigente em termos de novas metodologias, como também pelo próprio público consumidor, que visa cada vez mais às questões ambientais, já preocupados com um “possível” destino do nosso planeta em termos de alta produtividade, ocasionando o desperdício, degradação e finalmente o colapso.

Com o avanço das tecnologias e praticidade em sua modernidade em um curto espaço de tempo, requereram mudanças e adaptações no sistema produtivo das empresas, que ajudassem de certa forma a adequação de ambas às mudanças de mercado, estando ligadas as mudanças ambientais, onde pudessem agir com maior responsabilidade.

Até então, pouco se ouvia falar em Sustentabilidade dentro das empresas, o mesmo foi apresentado oficialmente na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) da Organização das Nações Unidas (ONU) ocorrido na Noruega, quando em um discurso definiram Sustentabilidade como sendo: “a capacidade de satisfazer as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades.” (COMISSÃO, 1988).

O objetivo de discutir assuntos relacionados ao meio ambiente e soluções para a preservação da humanidade, passou a ganhar uma maior importância. No Brasil, a expressão “sustentabilidade”, ganhou dimensões maiores após a realização da Conferência sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (ECO), no Rio de Janeiro em 1992.

Até pouco tempo atrás a Sustentabilidade era abordada na maioria das empresas apenas como contexto ambiental, bem longe de suas realidades,

mas com o passar do tempo foi sendo incluída enfatizando abordagens além de ambiental, como também abrindo espaço para questões sociais e econômicas, influenciando diretamente no comportamento das empresas em todo o mundo.

As empresas para manterem-se firmes e fortes no mercado necessitam de Estratégias, e estas são encontradas também na sustentabilidade (hoje em dia considerada uma das maiores em destaque), esta atualmente mais usada, pois, além de ser uma forma de contribuir com o retardo da degradação, instiga a uma nova forma de produção reduzindo custos e aplicando o restante de produtos já não utilizados em forma de aproveitamento em novas produções, evitando o desperdício, acúmulo de lixo, podendo economizar na energia gasta, trazendo melhorias a própria empresa, aos consumidores e ao nosso Meio Ambiente.

## **O MÉTODO DE ABORDAR E DESENVOLVER A SUSTENTABILIDADE, E SUA INCLUSÃO COMO ESTRATÉGIA DE MERCADO EM EXPANSÃO.**

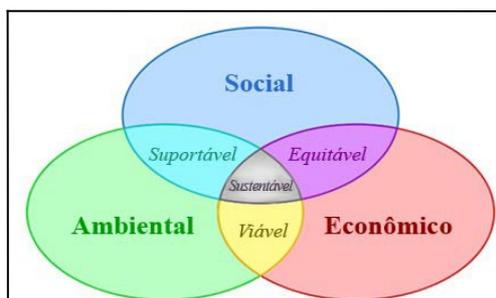
A Sustentabilidade pode ser definida nos dias atuais como um jeito de fazer negócio pensando na sua longevidade. Uma forma de equilibrar o que precisamos da natureza e o que é oferecido em troca.

Com a ideia de Sustentabilidade em alta, para os negócios em geral, são buscados através de execuções, maneiras e/ou tendências para tornar os consumidores “adequados” ao método responsável, necessitando conhecimentos sobre os impactos sociais, econômicos e ambientais que o consumismo influi sobre os produtos optados.

Através deste pensamento, organizações de todo o globo (destacando Estados Unidos e boa parte da Europa), passaram a implantar o Tripé da Sustentabilidade, mais conhecido como “*Triple Bottom Line*”, onde passarão a defender a ideia de sustentabilidade econômica introduzidas às organizações,

tornando-as eficientes, lucrativas, protegendo o meio ambiente e diminuindo a poluição.

“O conceito do tripé da sustentabilidade, conhecido como *triple bottom line* (*people, planet, profit* – pessoas, planeta, lucro) [...] no qual corresponde aos resultados de uma organização medidos em termos sociais, ambientais e econômicos. O desenvolvimento sustentável pode ser compreendido como aquele que atende às necessidades das gerações atuais sem comprometer a possibilidade das futuras gerações de atenderem às suas próprias necessidades.” (FERNANDEZ, 2013, p. 01).



Tripé da Sustentabilidade “Triple Bottom Line”

Fonte: Google Imagens

A intenção é olhar a sustentabilidade, calcular e analisar impactos das empresas relacionados ao mundo em sua volta. Através de ações práticas o aspecto ambiental em todo o contexto, passaria a diminuir o índice de impactos ecológicos negativos, assim sendo, as organizações passam a economizar seja em energia como em materiais de uso, ocasionando em lucratividade.

**- Como as empresas devem aprender o conceito de Sustentabilidade aplicado aos negócios?**

A Sustentabilidade é uma forma de fazer negócio. As empresas muitas vezes acham que podem apresentar custo ou mais despesas, quando na verdade está se dando o lucro sustentável. Estabelece com todas as partes interessadas uma relação ética e transparente, e envolve essas partes do seu planejamento estratégico para atender a expectativa de todos, não só a do acionista.

O método sustentável pode ser aplicado em empresas de diversos tamanhos, mas é evidente que as empresas de grande porte dispõem de mais recursos, complexidade para lidar. Já as empresas pequenas também dispõem de fornecedor, e pode aplicar esse conceito de sustentabilidade, só que em um nível menor de complexidade, adequando a sua realidade.

Economizar recursos e utilizar melhor o que é consumido, a exemplo de formas de inovações sustentáveis, energia limpa, reciclagem, diminuem os resíduos poluentes. É interessante a reflexão de saber para onde vão todos os produtos utilizados por nós e descartados.

Este compromisso está deixando de ser apenas discutido, para fazer parte do dia-a-dia dos negócios.

**- Quais benefícios essa conduta gera para a empresa?**

Aumento do lucro com a conduta deste tipo, empresas que melhor lidam com questões de resíduos e/ou energia e outros que impactam brutalmente o custo de operação, pode-se obter redução de custo, lucratividade e reputação da empresa ante a sociedade, obtida através da credibilidade desempenhada. Os próprios investidores passam a olhar com bons olhos as empresas que trabalham uma conduta sustentável, porque elas contêm menor taxa de risco, portanto maiores chances de obter sucesso a médio e longo prazo. Obtém mais condição de ter acesso a capital, mais condições de cursos, gerando assim uma imagem mais positiva, e, portanto um ambiente mais favorável para o seu crescimento.

**- De que forma a Sustentabilidade como forma de estratégia dentro das organizações deve ser trabalhada?**

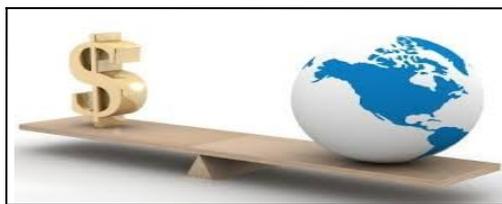
A Sustentabilidade deve ser transversal a todas as áreas da empresa, e não se submeter a apenas uma área específica, como por exemplo, o Marketing.

São exemplos de importância: A cultural e um número significativo de colaboradores que abracem essa causa; Uma boa política de Sustentabilidade, onde serão estabelecidas regras a serem cumpridas e aplicadas fora das empresas também. A forma de como o tema será gerida dentro das empresas, quem tomará decisões;

O engajamento das partes, o planejamento estratégico como princípio da Sustentabilidade exige em todas as suas forças de teoria que partes sejam

consultadas para que assim possam ser estabelecidos os planos de ações a serem desenvolvidos dentro das determinadas empresas.

E por último, mas não menos importante, a Sustentabilidade deve ser pensada não só dentro da realidade da organização, mas sim em toda a sua cadeia, engajando os fornecedores aos clientes, fazendo um equilíbrio entre gastos nas produtividades e a condição que se encontra o planeta, buscando reverter cada vez mais os impactos ambientais causados pela poluição em excesso.



Equilíbrio entre produção nas empresas e o planeta

Fonte: Revistabpm.org.br

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

São perceptíveis os atrasos em desenvolvimento econômico e sucesso de instituições que não se adequam as novas metodologias nem estudam idéias para melhorar em termos de produtividade e inovações em estratégias.

“O desenvolvimento econômico é necessário para resolver problemas que ainda importunam a humanidade, mas não deve destruir os recursos necessários para as gerações que estão por vir.” (YAGASAKI; MARTINS, 2012, p.03).

Com os avanços e maior competitividade de mercado, as empresas estudam métodos cada vez mais eficientes e eficazes para permanecerem fortes diante de uma sociedade cada vez mais exigente e voltada além de questões econômicas, às questões sociais e ambientais, que cada vez mais vem preocupando a todos quanto ao futuro.

Conforme Agenda 21, (1992); CLARKE-SATHER *et. al.* (2011): “ a maior causa da contínua deterioração dos recursos naturais é a forma insustentável como se dão o consumo e a produção industrial.” Após o fim das guerras mundiais e a chegada ao ápice do capitalismo onde o fator e interesse principal era a produção exacerbada, nada se tinha em mente quanto ao possível caos do planeta futuramente em termos de Meio Ambiente, fontes de energias não

renováveis e que afetassem o equilíbrio ambiental, modificando a fauna e flora natural.

O Jornal Online ONUBR – Nações Unidas no Brasil (2016), cita um marco de grande valor para a história e desenvolvimento da sustentabilidade:

“[...] em 1972 a ONU convocou a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, em Estocolmo (Suécia). O evento foi um marco e sua Declaração final contém 19 princípios que representam um Manifesto Ambiental para nossos tempos. Ao abordar a necessidade de “inspirar e guiar os povos do mundo para a preservação e a melhoria do ambiente humano”, o Manifesto estabeleceu as bases para a nova agenda ambiental do Sistema das Nações Unidas.” (ONUBR, 2016, p. 01).

No intuito de reverter a situação conturbada a qual estavam vivenciando, passaram a questionar em grupos sobre possíveis melhorias a eles mesmos e a suas futuras gerações através de ideias que visassem o desenvolvimento e progresso, preservar o ecossistema, e também procurar atender às necessidades socioeconômicas das comunidades e mantendo o desenvolvimento econômico.

Segundo (ZAMBON; RICO, 2009) “Isto posto, torna-se cada vez mais frequente e emergente a necessidade da reflexão do empresariado sobre o seu papel no desenvolvimento da nossa sociedade.” Haja vista que não basta apenas a preocupação com seu ambiente interno, os empresários devem ter uma visão que vá além da organização que vise o público consumidor e a sociedade como um todo.

Com o passar do tempo, ideias foram sendo desenvolvidas e discutidas mais a fundo em Conferências, e com um maior número de interessados estando incluídos nela ou não, chegaram a conceitos de extrema importância para retardar alguns costumes relacionados a produção antes estabelecidos. Assim foi surgindo os primeiros conceitos de Desenvolvimento Sustentável. Pearce *et. al.* Apud Baroni (1992), nos dizem que:

“Desenvolvimento sustentável é aquilo definido como um padrão de transformações econômicas estruturais e sociais (i.e., desenvolvimento) que otimizam os benefícios sociais e econômicos disponíveis no presente, sem destruir o potencial de benefícios similares no futuro [...]” (PEARCE et al apud BARONI, 1992, p. 16).

Após muitas reflexões sobre sociedade e um possível colapso o termo Desenvolvimento Sustentável precisou ser cada vez mais estudado nas empresas, sendo necessário definir ideias de Meio Ambiente e desenvolvimento, e Sustentabilidade.

“A sustentabilidade foi introduzida na agenda das empresas pelo conceito de gestão sustentável que visa a “adoção de estratégias e ações que atendam as necessidades das empresas e dos diferentes stakeholders, enquanto protegem, mantêm e melhoram os recursos humanos e naturais que podem ser necessários no futuro.” (LABUSCHAGNE; BERT; VAN ERCK, 2005, p.373).

A revolução científica e tecnológica tem proporcionado cada vez mais o desenvolvimento de diversas áreas do conhecimento, dando mais oportunidade as organizações expandirem seus negócios às áreas que creem ser mais proveitosa.

“[...] 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 [...]”.(ALMEIDA, 2002, p. 82)

Desde então, a ideia de Sustentabilidade passou a ser um incremento de extrema importância no dia a dia de produção das organizações. “Atualmente, a sustentabilidade é usada para se referir a uma empresa com capacidade de manter e demonstrar um desempenho positivo econômico, social e ambiental ao longo do tempo.” (JAMALI, 2006).

Os desenvolvimentos em Sustentabilidade passaram a ser um dos fatores primordiais e mais atrativos às empresas, desde sua preocupação com o Meio Ambiente a qualidade de vida de toda a população.

“Dessa forma, não é mais suficiente que as empresas se preocupem apenas com aspectos da qualidade de seus produtos e serviços. Cada vez é maior a pressão por um relacionamento positivo com o meio ambiente. Neste sentido, um número maior de aspectos relativos à gestão ambiental está sendo agregado aos sistemas de gestão da qualidade.” (LEITE; MARTINS, 2011, p. 03).

Um dos grandes fatores que destacam as empresas na atualidade e sua permanência de mercado é a preocupação com todo o ecossistema, muito usada atualmente como estratégia de negócio.

(TREVISAN, 2008) vem a refletir que, “a responsabilidade socioambiental deixou de ser uma opção para as organizações, ela é uma questão de visão, estratégia e, muitas vezes, de sobrevivência.” Com o mercado de trabalho cada vez mais reduzido cabe as empresas investir da forma mais inteligente possível em estratégias que além de contribuir com o ecossistema, estejam como prioridade para seus fornecedores para que possam permanecer de pé por muito tempo.

“O foco em sustentabilidade tem sido discutido para ajudar empresas a melhorarem suas operações, inovações e crescimento estratégico ao mesmo tempo em que ganham vantagem competitiva e entregam valores sustentáveis para uma ampla sociedade.” (HART; MILSTEIN, 2003; PORTER; KRAMER, 2003, p. 02).

Este tipo de vantagem competitiva torna-se o diferencial dentro das organizações. Para muitas outras que ainda estão interessadas apenas em produzir e vender produtor a preços mais altos, as empresas que se adéquam a produção de forma sustentável tornam suas características únicas e conseqüentemente difíceis de imitar, assim sendo, passam a ter um diferencial a mais e possivelmente mais fácil de ser avistada pelos consumidores.

“Ao mesmo tempo, a consciência de sustentabilidade dos consumidores aumenta fazendo com que as empresas atinjam um padrão maior e demonstrem o amplo impacto das suas operações. Sustentabilidade começou como uma obrigação, porém, têm se tornado um ponto de diferenciação para consumidores.” (LACY et al, 2010, p. 02).

Outro fator de grande importância e que chamam a atenção de forma imediata dos consumidores são produtos de qualidade a baixos custos, estes, passam a agradar a clientela por estarem a preços de fácil acesso sem serem de usos descartáveis, que ocasione maior durabilidade de uso, conseqüentemente, sem muito ser desperdiçado e jogado mundo a fora.

“São inúmeras as oportunidades de as empresas serem ecoeficientes. Reorientação dos processos, revalorização dos subprodutos e a recolocação nos mercados podem apresentar um novo posicionamento estratégico, uma nova orientação mercadológica e também uma oportunidade para novos negócios.” (WBCSD, Apud DIAS, 2000, p. 06)

Com a implantação da sustentabilidade nessas organizações, ao produzirem poderão abater mais o valor da produção devido a reutilização de alguns desses materiais, além de quando positivo pode refletir aumento significativo no valor da empresa em termos de lucratividade agradando a ambas as partes e ainda ajudando na manutenção do planeta em termos de redução da degradação.

“[...] se for integrada no ritmo do negócio, pode também representar uma oportunidade de conhecer novas necessidades dos consumidores, construir produtos top de linha, reduzir custos, construir a moral dos funcionários e entregar um melhor valor para a sociedade e *stakeholders*. A chave é construir a sustentabilidade dentro do negócio invés de ser uma atividade adicional.” (WHITE, 2009, p. 05).

A responsabilidade social empresarial é um fator de extrema importância neste contexto, é uma alternativa adotada cada vez mais comum que vem a contribuir além do que as empresas devem oferecer a sociedade, exige que a organização adote um posicionamento estratégico que considere os interesses de todos os públicos e que vá além de questões econômicas.

“A responsabilidade social empresarial é a atuação social da empresa, ela perpassa por todos os níveis organizacionais, da estratégia até a operação. Ela procura dar a empresa um caráter mais humano e altruísta, que tenha interesses maiores. Adotando esta nova forma de pensar e agir a organização está buscando dar a sua contribuição para a sociedade.” (ALESSIO, 2008, p. 05)

A importância à Sustentabilidade nas empresas na adoção do novo paradigma de Desenvolvimento Sustentável ganhou mais força desde meados dos anos 90 até a atualidade, com a constituição de entidades interessadas na causa, além de empresas e Responsabilidade Social, uma realidade perfeitamente possível ao alcance de todos.

“Sustentabilidade vem sendo vista como um dos vários elementos das estratégias empresariais que constroem a reputação de mercado e é valorizada, pois reconstruir a confiança é uma tarefa árdua. As empresas estão desenvolvendo maneiras sofisticadas de mensurar o impacto da confiança por meio da organização e mais precisamente da identificação dos fatores que afetam os níveis de confiança.” (LACY, 2010).

A ideia de (FISHER, 2008), casam perfeitamente às de (LACY, 2010), e ainda complementa que “Os gestores precisam assegurar que a sustentabilidade está integrada nos processos estratégicos desde o início e que seja abordado de forma contínua.” Ele atenta que a visão da organização precisa refletir seu comprometimento com a sustentabilidade e necessita ser parte do processo de decisão estratégico da companhia.

Um grande desafio gerencial para as grandes empresas é a população mais pobre, visto que tem se tornado lógica a grande potência de mercado e este a ser atendido como uma base de pirâmide. Há aí uma lacuna que possibilita a criação e expansão de negócio, dando novas oportunidades até então desconhecidas e/ou ignoradas.

“Nessa perspectiva, a atuação empresarial também encontra espaço e oportunidade para inovar naquilo que, até então, era tratado como um processo exclusivamente gerador de impactos negativos. Na indústria, a eliminação do desperdício leva a uma cadeia de eventos e processos que podem vir a formar a base de uma surpreendente inovação na esfera empresarial.” (HAWKEN, 2007, p. 08)

Ainda quando se fala em sustentabilidade e redução de custos pensamos automaticamente apenas em grandes organizações tentando reverter a situação financeira da quanto a gastos e nível de poluição gerados por ela.

[...] tem-se a promoção do crescimento da empresa com a abertura de novos mercados, lançamentos de novos produtos e serviços, aceleração da inovação, melhoria da satisfação e lealdade dos clientes, desenvolvimento de novas parcerias além da melhoria da reputação e do valor da marca.” (YAGASAKI; MARTINS, 2012, p. 04)

Segundo (MARCOVITCH, 2006), “no universo das pequenas empresas tem havido uma busca bem-sucedida de inovação (em seguimento crescente). Esta vem para desmistificar a inovação como possibilidade real apenas para as grandes empresas.” Neste caso, a realidade e situação estão comprovando que os avanços tecnológicos podem fazer parte de empresas de menor porte, pois a inovação está mais intimamente ligada a visão dos empreendedores do que primeiramente aos acessos a recursos financeiros. Esta inovação em novas empresas é uma condição favorável que faz com que ganhem força, tornem-se conhecidas, competitivas e cada vez mais sustentáveis no mercado cada mais competitivo e globalizado.

Empresas empenhadas em realizar suas tarefas com perfeição, que fazem um bom papel, que inovam, e colaboram na manutenção do Meio Ambiente, seja por preocupação ou mesmo uma estratégia de negócio, passam a ser mais reconhecidas e conseguem o tão planejado retorno financeiro mais rapidamente.

“Existem evidências de que as ações de sustentabilidade empresarial sejam elas através da responsabilidade social e/ou da ecoeficiência, podem gerar uma variedade de retornos para as empresas. Imagens, reputação, relacionamento, vendas, produtividade dos funcionários e lucro são algumas das formas de obter vantagem competitiva através de ações empresariais sustentáveis.” (YAGASAKI; MATINS, (2012, p. 08).

A aplicação de produção mais limpa gera economias mais diversificadas, seja em função da economia na utilização de água, matéria-prima, energia, assim sendo, aumenta a cada dia na comunidade empresarial o questionamento sobre a real conexão entre as práticas de responsabilidade social e a postura econômica e financeira das empresas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A questão ambiental nunca deixa de ser um assunto comentado em termos mundiais, no Brasil não é diferente. Vem ganhando mais destaque com o passar do tempo devido a série de fatores que afetam diretamente territórios que sofrem com as mudanças, que englobam todo os sistemas ambientais.

Dessa forma, o método de estratégias ambientais dentro das empresas (em particular as de grande porte), visto que a cada dia os problemas ambientais estão se tornando mais visíveis devido a composição dos sistemas econômicos vigentes na grande maioria do nosso planeta (pós industrial capitalista), acabam usufruindo destes bens de forma abusiva sem pensar no coletivo.

Partindo desse pressuposto, é louvável a nova formulação de estratégias implantadas nas organizações na atualidade, e considerada de fundamental importância à bagagem de nossa formação e deveres como cidadãos, interar-se e despertar o interesse acerca da problemática que nossa sociedade vem inserida.

A inversão aos impactos ambientais vem aos poucos sendo trabalhada/realizada nas empresas, assim como nas escolas fazendo com que todos tomem consciência de qual destino é mais viável para nosso planeta e conseqüentemente para nós.

Através de estudos realizados percebeu-se que é possível sim desenvolver novos materiais de consumo sem descartar definitivamente os que já não estão em uso. Só neste ato já ajuda e muito a questão do aumento de lixo e desperdício.

Cabem principalmente a população unir-se em prol de um Meio Ambiente mais harmonioso, e também as empresas que pretendem se manter firmes no mercado, abraçar as causas ambientais como método de melhoria que será revertido automaticamente na população e em seu próprio bem estar. Uma empresa envolvida em causas sustentáveis ganha a confiança do cliente, do mercado e conseguem manterem-se firmes e fortes por longas gerações. Cabe a cada uma estudar uma melhor forma de desenvolver seus produtos, reaproveitando, e não afetando demasiado e diretamente ao Meio Ambiente, pois todos dependem dele.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALESSIO, Rosemari. **Responsabilidade social das empresas no Brasil: reprodução de postura ou novos rumos?** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

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

HANWKEN, Paul et al. **Capitalismo natural: Criando a próxima revolução industrial.** São Paulo, Cultrix, 2007.

HART, S.; MILSTEIN, M. **Creating sustainable value.** *Academy of Management Executive*, 2003.

JAMALI, D. **Insights into triple bottom line integration from a learning organization perspective.** *Business Process Management Journal*, 2006.

LABUSCHANGNE, C. BRENT, A.C.; VAN Erke, R. **Assessing the sustainability performances of industries,** *Journal of Cleaner Production*, 2005.

YAGASAKI, Cintia A.; MARTINS, Roberto A. **Sustentabilidade como estratégia empresarial.** XXXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Bento Gonçalves, RS, 2012.

ZAMBON, Bruno Pagoto. **Sustentabilidade Empresarial: Uma Oportunidade Para Novos Negócios.** Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado). Vitória/ES, Faculdade Estácio de Sá, 2009.

<https://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/> (Acessado em 18/08/2016)

[www.wisewaste.wordpress.com](http://www.wisewaste.wordpress.com) (acessado em 02/10/2016)

<http://www.institutofilantropia.org.br/> (Acessado em 22/08/2016)

[http://www.sustentabilidades.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5&Itemid=37](http://www.sustentabilidades.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=37) (Acessado em 24/08/2016)

<https://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/> (Acessado em 08/09/2016)