

Práticas sustentáveis: como as empresas estão se adaptando à gestão ambiental

Alicia Gomes de Araújo (Centro Universitário Christus - Unichristus) aliciag.araujo@gmail.com
Rafael Amora dos Santos (Centro Universitário Christus – Unichristus) rafael.amora@hotmail.com
Virna Fernandes Távora Rocha (Centro Universitário Christus - Unichristus) virnafr@gmail.com
Nair do Amaral Sampaio Neta (Centro Universitário Christus - Unichristus) nairsampaio.nsn@gmail.com

Resumo:

A busca pela preservação do meio ambiente é uma abordagem cada vez mais enfatizada nos dias atuais. Boa parcela da população mundial vem optando por serviços e produtos ecologicamente corretos. No meio empresarial não é diferente, grandes organizações estão aderindo a políticas sustentáveis por meio de modelos de gestão ambiental, como a Ecoeficiência, Produção mais Limpa e Gestão da Qualidade Ambiental Total, que auxiliam essas empresas a se desenvolverem de forma correta e ecológica. A utilização desses métodos tem se tornado bastante comum em corporações de grande porte, não somente por poupar recursos naturais, mas também por trazer a essas empresas a redução de custos e uma maior eficiência. Além disso, essas medidas garantem às empresas vantagem competitiva, tendo em vista que minimiza gastos e atrai consumidores preocupados com a questão ambiental. Diante disso, este artigo tem o objetivo de analisar a adoção de modelos de gestão ambiental em grandes empresas do Brasil. Para isso, foi realizado um estudo qualitativo, com a intenção de descrever as práticas das empresas, analisando o conteúdo de seus sites e dos seus relatórios de sustentabilidade. Com isso, constatou-se que a utilização de métodos de gestão ambiental são alternativas comumente usadas por essas organizações que urgem ter envolvimento com a causa ambiental.

Palavras chave: Gestão Ambiental, Modelos de Gestão Ambiental, Ecoeficiência, Produção mais Limpa.

Sustainable practices: how companies are adapting to environmental management.

Abstract

The quest for preservation of the environment is an increasingly emphasized approach today. A large part of the world's population has opted for ecologically correct services and products. In the business environment, it is no different, large organizations are adhering to sustainable policies through environmental management models such as Eco-efficiency, Cleaner Production and Total Environmental Quality Management, which help these companies to develop in a correct and ecological way. The use of these methods has become quite common in large corporations, not only for saving natural resources, but also for bringing these companies cost savings and greater efficiency. In addition, these measures guarantee companies a competitive advantage, since it minimizes costs and attracts consumers concerned about the environmental issue. Therefore, this article aims to analyze the adoption of environmental management models in large companies in Brazil. For this, a qualitative study was carried out, with the intention of describing the practices of the companies, analyzing the content of their sites and their sustainability reports. With this, it was verified that the

use of methods of environmental management are alternatives commonly used by those organizations that urge to have involvement with the environmental cause.

Key-words: Environmental Management, Environmental Management Models, Eco-efficiency, Cleaner Production.

1. Introdução

De acordo com Tachizawa (2015) um novo conceito de consciência ambiental, às margens de grandes mudanças nas décadas de 1960 e 1970, ganhou ênfase e colocou o meio ambiente como um dos principais fundamentos da era moderna. Já nos anos 1980, os investimentos na preservação do meio ambiente passaram a ser visualizados, pelas grandes organizações, não somente como gastos, mas também como iniciativas que trariam vantagem competitiva e um diferencial no mercado.

Na atualidade, as preocupações com impactos ambientais se tornaram muito importantes para o planejamento estratégico das empresas, fazendo parte de suas agendas estratégicas, visto que além de benefícios para o meio ambiente, a gestão ambiental corrobora com o aumento na competitividade empresarial. Porém, para a adequação das empresas à produção sustentável é necessário o uso de diferentes práticas e a conscientização na organização como um todo. Esse desafio, segundo Leripio (2001), deve ser considerado como um dos principais e mais importante objetivo para as organizações do início desse novo milênio.

As organizações estão colocando em prática normas e métodos de gestão ambiental para tratar melhor os impactos provenientes da sua produção. Inserir modelos de gestão ambiental em uma empresa nada mais é do que buscar soluções para problemas ambientais causados pela própria fabricação dos seus produtos. Além disso, as empresas que adotam práticas sustentáveis se destacam diante das outras, aumentando a competitividade e reduzindo custos. Por isso, serão apresentados alguns modelos de gestão ambiental no estudo, seguindo aqueles propostos por Barbieri (2016): Gestão da Qualidade Ambiental Total, Ecoeficiência e Produção Mais Limpa.

Com a Gestão Ambiental em alta e a competitividade no mercado ser cada vez maior, é importante que as empresas conheçam as práticas bem-sucedidas que algumas empresas, inclusive suas concorrentes, estão aplicando para gerar menos impacto, ganhar em termos de imagem e custos.

Para que esse conhecimento seja replicado, o estudo tem a intenção de responder à seguinte questão de pesquisa: como as empresas do Brasil estão adotando as suas práticas sustentáveis?

Com base nisso, o objetivo deste estudo foi analisar as práticas sustentáveis adotadas por empresas do Brasil. Para isso, foram perseguidos os seguintes objetivos específicos: analisar os relatórios de sustentabilidade e *sites* de grandes empresas do Brasil; identificar as práticas sustentáveis adotadas pelas empresas, apoiando-se nos modelos de gestão ambiental; e descrever as práticas sustentáveis de cada uma dessas empresas.

Neste trabalho são apresentadas seis seções, começando com esta Introdução, que apresenta a contextualização do trabalho e os seus aspectos técnicos; em seguida apresenta-se o Referencial Teórico com a descrição dos modelos de gestão ambiental; para logo ser explicitado os métodos adotados para a aplicação do estudo; em consequência, tem-se a análise dos dados coletados; para finalizar com as considerações finais e as referências adotadas no estudo.

2. Referencial Teórico

O referencial teórico apresentará os modelos de gestão ambiental e as normas que definem a produção de grandes empresas dispostas a adotarem a questão ambiental nos seus processos produtivos, métodos esses responsáveis por garantir maior credibilidade às organizações e uma ascensão mais efetiva no mercado mundial.

2.1. Gestão Ambiental em Processos Produtivos

Inicialmente, com o foco no crescimento econômico, as indústrias tinham o papel de produzir para estimular o consumo e atender a demandas. Tudo isso ocorreu em decorrência da Revolução Industrial, que permitiu o avanço em termos tecnológicos, principalmente com o advento da máquina a vapor. Isso fez com que o homem transformasse os recursos da natureza da forma que gerasse mais riqueza para a sociedade (OLIVEIRA, 2013). Isso tudo ocorreu sem a preocupação com os impactos ambientais gerados pelas ações das empresas industriais.

Com a evolução das empresas, a competitividade passou a basear-se nos preços dos produtos, mudando essa concepção quando a qualidade tornou-se o foco, considerando o cliente no processo; enquanto que, na atualidade, as empresas passaram a ser competitivas considerando as partes interessadas em suas práticas, ou seja, investindo e aperfeiçoando os seus modelos de gestão de forma tal que beneficiem um público bem mais amplo (ALIGLERI; ALIGLERI; KRUGLIANSKAS, 2009).

Com esse novo foco competitivo, o crescimento econômico passou a ser questionado, começando-se a criticar a forma de geração de produtos e o consumo. Isso se deve, principalmente, às leis que foram discutidas e desenvolvidas, como o Programa Nacional de Resíduos Sólidos no Brasil; aos diversos eventos mundiais realizados, como a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, as COPs, a RIO-92, RIO+10 e RIO+20, e outros acordos mais atuais, como o Acordo de Paris; e às exigências do mercado consumidor, que buscam conhecer às origens dos produtos que consomem (OLIVEIRA, 2013; DE SOUZA; SANTOS; DITKUN, 2014).

É notável que um dos maiores desafios enfrentados neste século é fazer com que as forças de mercado preservem e melhorem a qualidade do ambiente. O atual contexto econômico evidencia uma firme postura de clientes que esperam interagir com empresas comprometidas ecologicamente.

Segundo a recente pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI) e do Ibope, 68% dos consumidores brasileiros estariam dispostos a desembolsar mais por um produto ecologicamente correto. Dados obtidos no cotidiano brasileiro enfatizam a permanente tendência de preservação ambiental e ecológica por parte das organizações. Os resultados financeiros passam a depender cada vez mais das tomadas de decisões empresariais voltadas às questões ambientais, conseguindo assim grande vantagem competitiva e muitas vezes a redução de custos (TACHIZAWA, 2015).

Em resposta a esse novo contexto, constitui-se o campo da Gestão Ambiental, que consiste em um conjunto de técnicas e objetivos que trabalham concomitantemente em prol da redução máxima dos impactos ambientais nos processos produtivos das organizações. Para Barbieri (2016), a gestão ambiental corresponde ao conjunto de ações empresariais que visam gerir os recursos com o intuito de possibilitar efeitos positivos no meio ambiente, por meio da minimização, eliminação ou mesmo compensação de problemas causados pela ação do homem.

Logo, tornar-se uma empresa compromissada com a questão ambiental faz parte dos objetivos principais das organizações, visando que, além de diminuir impactos e prejuízos no meio ambiente, tais práticas trazem como benefício o aumento da competitividade empresarial, redução de custos e uma visão sustentável da empresa, o que é um ponto positivo visto que os consumidores buscam cada vez mais produtos que foram gerados de forma que impacte o mínimo possível o ambiente, não só na geração, mas também no transporte e descarte.

A Gestão Ambiental deve ser vista de maneira holística, abrangendo a organização como um todo, onde a soma de suas partes e os setores que as interligam devem trabalhar juntos nesse objetivo, de forma que é importante investir na conscientização ambiental dos funcionários e fornecedores.

Para facilitar o alcance do conceito de produção sustentável empresarial é válida a utilização de modelos de gestão ambiental, que serão listadas a seguir.

2.1. 1. Modelos de Gestão Ambiental

A adoção de modelos de gestão ambiental facilitam as organizações a adequar, não apenas seus processos produtivos, como também seus funcionários a condutas de produção que não prejudiquem o meio ambiente. Os modelos orientam a tomada de decisão a respeito das condutas ambientais, guiando a empresa sobre os primeiros passos a serem dados sobre essa questão e as relacionam diretamente aos demais setores da organização.

2.1.1.1. Gestão da Qualidade Ambiental Total

A Gestão da Qualidade Ambiental Total (TQEM) nada mais é do que uma amplificação da Gestão da Qualidade Total (TQM - do inglês "*Total Quality Management*"). A TQM é uma concepção que envolve todos os processos gerenciais da organização assim como todos os envolvidos no processo de produção. Já o TQEM é a Gestão da Qualidade Total com foco nos problemas ambientais derivados de processos produtivos. Tem como objetivo eliminação de todos os fatores que possam causar problemas ambientais. Uma atitude básica do TQEM é a eliminação de desperdícios em práticas diárias das empresas (BARBIERI, 2016).

Esse modelo busca melhorias contínuas em todos os setores da organização, com todos os funcionários, fornecedores, transportadores tendo que estar conscientes de suas condutas, respeitando sempre a questão ambiental, identificando erros ou possíveis problemas e logo buscando soluções.

O TQEM também se preocupa na identificação dos custos ambientais, esses custos são classificados em custos de prevenção, avaliação, falhas internas e falhas externas.

Os custos de prevenção estão associados às ações para evitar problemas ambientais futuros; os custos de avaliação, às ações para verificar a situação da organização quanto ao cumprimento das normas legais, dos objetivos e programas de melhorias estabelecidos pela administração da empresa. Os custos de falhas internas relacionam-se com ações para controlar e reparar os impactos ambientais adversos que ocorrem no ambiente interno da empresa; os custos de falhas externas, com as ações para controlar, reparar e mitigar impactos produzidos fora dela. (BARBIERI, 2016).

Logo, a Gestão da Qualidade Ambiental Total é um modelo de gestão ambiental que auxilia as empresas a aplicar a melhoria contínua em suas estratégias de sustentabilidade.

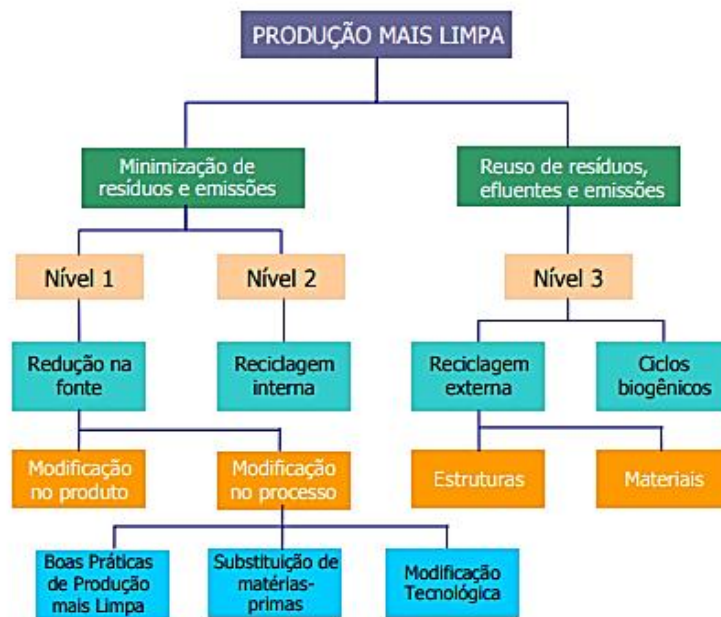
2.1.1.2. Produção mais Limpa

É um processo que envolve a aplicação de uma estratégia preventiva que considere processos, produtos e serviços com a intenção de gerar benefícios econômicos e ambientais para o

consumidor, a empresa e o meio ambiente (BARBIERI, 2016). Pode-se dizer que a Ecoeficiência busca o aumento do valor do produto, enquanto pretende minimizar os impactos ambientais (LERIPIO, 2001).

A produção mais limpa foi concebida no processo de produção esse método busca reduzir a quantidade de resíduos gerados assim como preservar matérias-primas. Preocupa-se com os impactos que o produto pode causar durante todo seu ciclo, desde a extração até seu destino final. A produção mais limpa funciona de forma preventiva e busca sempre obter da máxima eficiência nos processos produtivos.

A produção mais limpa apresenta diferentes níveis como podem ser analisados na Figura 1 a seguir:



Fonte: Centro Nacional de Tecnologias Limpas – CNTL (2003).

Figura 1: Fluxograma da geração de opções de Produção mais Limpa

Nos níveis 1 e 2 existe o objetivo de reduzir a emissão e quantidade de resíduos. No primeiro nível tem como foco reduzir todo tipo de perda em cada fase e setor da produção, já no segundo os resíduos e emissões que continuam sendo gerados são reutilizadas dentro da própria organização. Quando esses resíduos e emissões não podem ser reutilizados internamente, é aplicado o nível 3, em que os resíduos ou são vendidos para setor externo ou descartados de maneira consciente no meio ambiente, após ser tratado da forma correta, com a certeza de que não trará prejuízos ambientais.

2.1.1.3. Ecoeficiência

Com a intenção de adotar práticas sustentáveis de gestão, as empresas têm cada vez mais investido no modelo de gestão denominado Ecoeficiência. O seu conceito foi desenvolvido pelo World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), com a intenção de conceber um modelo que levasse as empresas a considerarem a forma de uso de seus recursos, principalmente os não-renováveis (COLARES e MATIAS, 2014).

A Ecoeficiência tem como princípio a criação de valor para a empresa e para o cliente, enquanto gera menos impacto ambiental (LERIPIO, 2001). Logo, envolve produzir utilizando menos recursos. É um modelo de gestão que tem como principal objetivo gerar produtos de qualidade que satisfaçam as necessidades dos clientes, com preços competitivos; gerem valor econômico para a empresa; ao mesmo tempo em que reduzem a influência ambiental, por meio da redução do consumo de energia, da água etc., e da geração de resíduos, de tal forma que o impacto ambiental seja reduzido de forma progressiva (BARIBIERI, 2016; LERIPIO, 2001).

Para Barbieri (2016), uma empresa pode adotar algumas práticas ecoeficientes, tais como: minimizar a intensidade de materiais e de energia dos bens e serviços, minimizar a dispersão de resíduos tóxicos, aumentar a reciclabilidade dos materiais, maximizar a utilização sustentável de recursos renováveis e aumentar a durabilidade dos produtos. Com isso, são gerados produtos que gastem menos energia, como as lâmpadas de LED; descargas de duplo fluxo, que reduzem o volume de água a ser utilizado; as torneiras com temporizador, que regulam o fluxo de água, entre outros.

Além de adotar as práticas citadas anteriormente, neste modelo, também é necessário mudar o pensamento da empresa como um todo, requer uma nova relação com todos os setores ligados à organização. Com isso, a educação ambiental e o envolvimento de todos são essenciais. Isso é possível por meio do acréscimo de conhecimento sobre as práticas ecoeficientes, conscientizando a coletividade de uma cadeia empresarial a respeito da gestão ambiental.

Os modelos citados acima, além de serem utilizados individualmente, quando trabalhados em conjunto podem trazer ainda mais benefícios para a organização, visto que, quando combinados, adequam-se ainda mais às características da empresa, obtendo melhores resultados.

3. Metodologia

De acordo com Collis e Hussey (2005), uma pesquisa pode ser classificada de acordo com diversas tipologias. Logo, seguindo os seus conceitos, quanto ao processo de pesquisa, o estudo pode ser conceituado como de natureza qualitativa, tendo como objetivo a descrição de certa questão, que na pesquisa contitui-se pelas práticas sustentáveis de grandes empresas do Brasil.

Para isso, utilizou-se dados secundários obtidos através dos sites e dos relatórios de sustentabilidades das empresas.

As empresas foram selecionadas por conveniência, tendo como foco a seleção de grandes empresas de setores diversos pela disponibilidade de suas informações (CRESWELL, 2010). Assim, foram escolhidas as seguintes organizações: Amanco, Grupo Unilever, Nestlé S.A e Amêndoas do Brasil.

Com o intuito de compreender os dados e informações coletadas, foi realizada uma análise de conteúdo, que permite o estudo dos dados com base em unidades de codificação, que no estudo serão baseados em palavras-chave contraídas dos sites e relatórios de sustentabilidade, fazendo uma ligação direta com o referencial teórico (BARDIN, 2011).

Por fim, as informações obtidas são descritas na análise e discussão dos resultados, na seção que segue.

4. Análise e discussão dos resultados

Após a análise dos *sites* das empresas, focando-se em suas páginas que tratam sobre suas medidas sustentáveis e os seus relatórios anuais, foi possível determinar as práticas adotadas por grandes empresas do Brasil, como apresentado a seguir.

4.1. Empresa Amanco

De acordo com o Relatório de Comunicação da Amanco (2015), a sustentabilidade é aplicada estrategicamente, considerando a sociedade, o meio ambiente e os aspectos econômicos em suas práticas.

A Amanco, empresa de tubos e conexões, utiliza o modelo de gestão ambiental da ecoeficiência. No Brasil, essa medida é renovada a cada dia, servindo como estímulo para que a organização combine o desempenho nos negócios com a contribuição para manter a preservação do meio ambiente. Um ponto importante desse sistema é que por meio de indicadores de ecoeficiência são consolidados resultados quanto ao consumo de energia, água, matérias-primas, geração de refugo e desperdício. Os ganhos referentes a esse método são frequentemente computados a fim da estipulação de novas metas ou até mesmo para renovação das medidas. Desde 2001, a Amanco acumula economia de aproximadamente US\$ 1,6 milhões com a ecoeficiência (INSTITUTO BRASILEIRO DE ALTOS ESTUDOS DE DIREITO PÚBLICO, 2010). Ademais, essa organização se preocupa cotidianamente com a mobilização de colaboradores, por meio, por exemplo, do Programa de Coleta Seletiva, que tem o objetivo de minimizar a geração e aumentar o aproveitamento de resíduos, consistindo em auditorias regulares de todas as lixeiras com o intuito de constatar se está ocorrendo o certo descarte de resíduos nos devidos coletores, existindo em cada área e unidade um índice de conformidade que é utilizado como referencial para verificação dos resultados encontrados e de alcance de metas (AMANCO, 2017).

Na atualidade, a sua principal preocupação está em um dos principais recursos da Terra, a água. Para isso, adota práticas de reuso desse recurso (MEXICHEM BRASIL, 2015).

4.2. Grupo Unilever

Um exemplo de empresa que associa diferentes modelos de gestão ambiental é a Unilever, que após o surgimento do seu Plano de Sustentabilidade, em 2010, prossegue evoluindo na formação de marcas que associam propósito ambiental com produtos que contribuem para a conquista dos objetivos do Plano.

Em 2016, as marcas com propósito conferiram mais de 60% do crescimento total da companhia e aumentaram 50% mais rapidamente que o restante do negócio, registrando incremento de vendas além da média, com 18 das 40 mais importantes marcas da Unilever sendo sustentáveis.

Como afirmou o CEO da Unilever, Paul Polman, é evidente o quanto o Plano de Sustentabilidade Unilever colabora para que a empresa se torne cada vez mais competitiva e inovadora, além de auxiliar a diminuir riscos e custos, aumentando a credibilidade da organização e criando valor para os acionistas (UNILEVER, 2017).

Os métodos de ecoeficiência nas fábricas da companhia, no mundo todo, permitem a redução de custos em mais de €700 milhões (ano base 2008) e são primordiais para os progressos nos compromissos demarcados no Plano de Sustentabilidade (UNILEVER, 2017).

Segundo o que foi reforçado pelo presidente da Unilever no Brasil, Fernando Fernandez, o crescente desenvolvimento das marcas com propósito mostra que introduzir a sustentabilidade nos negócios não é apenas a melhor decisão, mas também o único percurso viável para organizações que visualizam o futuro (UNILEVER, 2017).

O Plano de Sustentabilidade da Unilever foi gerado a partir de um estudo da influência social, econômica e ambiental do ciclo vital dos produtos da organização. Diante disso, foi criada a visão geral do projeto, que é promover desenvolvimento para o negócio ao mesmo tempo em que minimiza o impacto ambiental (UNILEVER, 2017).

Em seu Plano de Sustentabilidade, a Unilever apresenta como principais práticas sustentáveis e redução da emissão de gases de efeito estufa, a redução do consumo de água e da emissão de resíduos, tudo isso focando-se no ciclo de vida e nos processos para a concepção de seus produtos (UNILEVER, 2016).

No Brasil, as tecnologias de Ecoeficiência Operacional, por exemplo, nas fábricas da organização, não somente reduzem o impacto ambiental da fabricação dos produtos como ajudam a impedir custos. Aberta em 2015, a fábrica de Aguai é um exemplo: além de efetivar a meta Aterro Zero, usa energia solar para tarefas administrativas, ademais utilizam LEDs e claroboias para diminuir o gasto de energia (UNILEVER, 2017).

4.3. Nestlé S.A.

Outra organização que utiliza métodos de gestão ambiental é a Nestlé S.A. que estipulou vários ganhos a conquistar até 2020, englobando como tópicos principais a utilização de materiais, a geração de resíduos, as emissões e o consumo de energia. Para isso, a corporação conta com o Sistema de Gerenciamento do Meio Ambiente (NESTLÉ S.A., 2017).

Em seu relatório de sustentabilidade, a Nestlé S.A. indica grande preocupação com o uso da água e com os investimentos voltados para o reaproveitamento de resíduos, controle de emissões e eficiência energética (NESTLÉ S.A., 2015).

A organização tem como objetivo zerar o envio de resíduos para disposição até 2020, através de medidas de reaproveitamento, como recuperação energética, reciclagem e compostagem. No Brasil, a marca de zero resíduos já foi conquistada em cinco fábricas: Araçatuba, Araraquara, Carazinho, Jataí e São Lourenço (NESTLÉ S.A., 2017).

São efetuadas, no Brasil, ações de modernização tecnológica, mudança de processos e melhorias na utilização de energia, a fim de auxiliar o compromisso da Nestlé S.A. de reduzir em 20%, até 2020, as emissões de CO₂ (NESTLÉ S.A., 2017).

A empresa ainda tem como meta usar 100% de energia elétrica renovável em processos industriais. No Brasil, 14 das 31 fábricas já cumprem esse requisito. A organização investe na eficiência em procedimentos e na geração, a partir de subprodutos, de energia, como é notado em Araras (SP) que alimenta o processo de produção com biomassa resultante da borra de café (NESTLÉ S.A., 2017).

4.4. Amêndoas do Brasil

As Amêndoas do Brasil é outra empresa que, com o auxílio dos modelos de gestão ambiental promovem uma política sustentável. A fábrica dessa organização respeita rigorosas normas ambientais no condicionamento da água e do ar, além de reduzir, por meio de esforços contínuos, a emissão de CO₂ (AMÊNDOAS DO BRASIL, 2017).

No processamento da castanha do caju não existe descarte de resíduos no meio ambiente, tendo em vista que todas as partes da castanha são reutilizadas, sejam para gerar energia ou servir de insumo industrial, obtendo 100% de reaproveitamento (AMÊNDOAS DO BRASIL, 2017).

Além disso, a Amêndoas do Brasil pretende, a partir do 2º semestre de 2017, seguir com seu comprometimento ambiental, utilizando a energia eólica como fonte primária de energia em suas atividades produtivas (AMÊNDOAS DO BRASIL, 2017).

4.5. Práticas Sustentáveis

De forma geral, pode-se dizer que as empresas adotam modelos de gestão ambiental com o intuito de reduzir os impactos ambientais, promovendo a prática dos modelos a partir da minimização ou eliminação da geração de resíduos, prática defendida pela P+L, podendo reciclar e reutilizar tudo aquilo que for possível; da redução das emissões que geram poluentes para o meio ambiente, como defendido pelo modelo de Gestão da Qualidade Ambiental Total; da concepção de produtos que permitam eficiência, com ganhos para a empresa, o cliente e o meio ambiente, ideia aplicada pelo modelo de Ecoeficiência.

Isso indica que os modelos de gestão ambiental são caracterizados como práticas sustentáveis cada vez mais aplicadas, com grandes empresas moldando os seus produtos, processos e serviços para a obtenção de vantagem competitiva e ganhos internos, adaptando-se às exigências da atualidade, sejam legais ou discricionárias.

5. Considerações Finais

A gestão ambiental tornou-se um importante instrumento gerencial que capacita e gera condições competitivas para as empresas. As organizações, no presente contexto, urge compartilhar do entendimento de que não devem existir divergências entre desenvolvimento econômico e preservação ambiental. Por isso, a adoção de práticas ambientais é imprescindível.

Logo, pode-se dizer que grandes empresas e grupos do Brasil e mundiais estão adotando práticas em suas estratégias organizacionais, a fim de obter vantagem no mercado. Dentre essas práticas, tem-se a Ecoeficiência, a Gestão da Qualidade Ambiental Total, a Produção Mais Limpas, entre diversas outras.

Com isso, o objetivo do estudo foi alcançado, pois as empresas foram estudadas, as práticas foram sinalizadas e descritas, permitindo a análise de práticas sustentáveis de empresas do Brasil.

Para estudos futuros, recomenda-se o estudo de um setor específico, colhendo dados secundários de seus relatórios de sustentabilidade, e aplicando entrevistas ou questionários em cada uma dessas empresas, de forma a sustentar melhor a pesquisa, e render novos resultados.

O estudo encontrou como limitação o acesso às empresas, o que permitiria o aprofundamento da análise dos dados coletados.

Referências

ALIGLERI, Lilian; ALIGLERI, Luiz Antonio; KRUGLIANSKAS, Isak. **Gestão Socioambiental: Responsabilidade e Sustentabilidade do Negócio**. São Paulo: Atlas, 2009.

AMANCO. **Sustentabilidade na Amanco**. 2017. Disponível em: < <http://amanco.com.br/sustentabilidade>>. Acesso em: 12 set. 2017.

AMÊNDOAS DO BRASIL. **Práticas**. 2017. Disponível em: <<http://www.amendoasdobrasil.com.br/praticas>>. Acesso em: 12 set. 2017.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 4. ed. Fortaleza: Saraiva, 2016.

BANDIN, Lawrence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CENTRO NACIONAL DE TECNOLOGIAS LIMPAS (CNTL). **Implementação de Programas de Produção Mais Limpa**. Porto Alegre: SENAI-RS, 2003. Disponível em: < file:///C:/Users/Dell/Downloads/e794ac7f.pdf>. Acesso em: 12 set. 2017.

COLARES, A. C. V.; MATIAS, M. A. ANÁLISE DAS PRÁTICAS DE GESTÃO AMBIENTAL DE EMPRESAS SEDIADAS NO ESTADO DE MINAS GERAIS – BRASIL NA ÓTICA DA ECOEFICIÊNCIA. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade – GeAS**, v. 3, n. 3. set./ dez. 2014.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração**: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa**: Método Qualitativo, Quantitativo e Misto. 3. ed. São Paulo: Artmed, 2010.

LERIPIO, Alexandre de Avila. **GAIA – Um Método de Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais**. 2001. 172 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

MEXICHEM BRASIL. **Comunicação de Progresso Mexichem Brasil 2015**. 2015. Disponível em: < https://s3-sa-east-1.amazonaws.com/assets.production.amanco.com.br/uploads-manual/2015.pdf>. Acesso em: 12 set. 2017.

NESTLÉ S.A. **Relatório Nestlé na Sociedade**: Criação de Valor Compartilhado 2015. 2015. Disponível em: <http://www.criandovalorcompartilhado.com.br/docs/default-source/relatorios/relat%C3%B3rio-nestl%C3%A9-na-sociedade-2015.pdf?sfvrsn=10>. Acesso em: 12 set. 2017.

NESTLÉ S.A. **Sustentabilidade Ambiental**. 2017. Disponível em: < http://corporativo.nestle.com.br/csv/sustentabilidade-ambiental>. Acesso em: 12 set. 2017.

OLIVEIRA, José Antonio Puppim de. **Empresas na Sociedade**: Sustentabilidade e Responsabilidade Social. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

DE SOUZA, C. De. F. M.; SANTOS, L. Da. S.; DITKUN, S. A Gestão Ambiental e seus estágios de evolução nas organizações.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa**. 8. ed. Fortaleza: Atlas, 2015.

UNILEVER. **Marcas sustentáveis impulsionam crescimento da Unilever**. 2016. Disponível em: <https://www.unilever.com.br/news/press-releases/2017/marcas-sustentaveis-impulsionam-crescimento-da-unilever.html>. Acesso em: 12 set. 2017.

UNILEVER. **UNILEVER Plano de Sustentabilidade**: Relatório de Progresso 2016. 2016. Disponível em: <https://www.unilever.com.br/Images/relatorio-de-progresso-2016-portugues_tcm1284-510366_pt.pdf>. Acesso em: 12 set. 2017.