

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM
EMPRESAS**

LUCIANA DOS SANTOS DUARTE

**UM ESTUDO SOBRE SUSTENTABILIDADE: ALGUMAS AÇÕES PARA AS
PERSPECTIVAS AMBIENTAL, SOCIAL E ECONOMICA EM UMA EMPRESA DE
RECICLAGEM**

**CRICIÚMA
2015**

LUCIANA DOS SANTOS DUARTE

**UM ESTUDO SOBRE SUSTENTABILIDADE: ALGUMAS AÇÕES PARA AS
PERSPECTIVAS AMBIENTAL, SOCIAL E ECONOMICA EM UMA EMPRESA DE
RECICLAGEM DE PLÁSTICOS.**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração Linha de Formação Específica em Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientador: Prof. Msc. Thiago Henrique Almino Francisco

CRICIÚMA

2015

LUCIANA DOS SANTOS DUARTE

**UM ESTUDO SOBRE SUSTENTABILIDADE: ALGUMAS AÇÕES PARA AS
PERSPECTIVAS AMBIENTAL, SOCIAL E ECONOMICA EM UMA EMPRESA DE
RECICLAGEM DE PLÁSTICOS.**

Monografia aprovada pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração Linha de formação específica em Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Msc. Thiago Henrique Almino Francisco

Criciúma, __ __ de Junho de 2015.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Tiago Comin Colombo – ESP. - UNESC

Prof. Andriago Rodrigues – Graduado - UNESC

DEDICATÓRIA

A todos aqueles que fizeram meu sonho real, me proporcionando forças para que eu não desistisse de ir atrás do que eu buscava para minha vida. Muitos obstáculos foram impostos, mas graças a vocês, pais, amigos, professores e colegas, eu não fraquejei.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, fonte de vida e libertação, por ter me concedido saúde e força para superar as dificuldades e vivenciar todos os bons momentos e as oportunidades ao longo dos anos durante essa graduação. Sem Ele, não estaria aqui.

Aos meus pais, Itevaldo Duarte e Mariléia dos Santos Duarte, que sempre me incentivaram e se dispuseram a me proporcionar o melhor e mais apropriado ambiente de estudos. Sou grata pelo amor de vocês, paciência, carinho, dedicação, pela oportunidade que vocês me deram de finalizar uma graduação e pela crença de que isso seria possível, sem vocês não realizaria esse sonho.

À Universidade do Extremo Sul Catarinense, seu corpo docente, direção e administração que me concebeu a oportunidade de concretizar o Bacharel em Administração linha específica em Empresas. A esta instituição sou grata pela minha vida acadêmica, intelectual e cultural.

Minha gratidão ao orientador Thiago Henrique Almino Francisco, professor que conquistou minha admiração pela paciência, compreensão, momentos de dedicação, inteligência e profissionalismo. Quem sugeriu grandes ideias e colaborou para que essa pesquisa ganhasse vida e se tornasse, na realidade, exatamente como um dia foi sonhado.

E gostaria de agradecer à empresa, mais particularmente ao proprietário, seu funcionário e um de seus clientes, por aceitarem essa pesquisa, colaboraram para com a mesma, pela paciência e o tempo dedicado a mim para que essa pesquisa se tornasse real.

RESUMO

DUARTE, Luciana dos Santos. **Um estudo sobre sustentabilidade**: algumas ações para as perspectivas ambiental, social e econômica em uma empresa de reciclagem. 2015. 62 páginas. Monografia do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Atualmente, as empresas têm um posicionamento sustentável para atender melhor o cliente e proporcionar relevância social às suas atividades. Diante disso, este estudo teve como objetivo analisar as ações de uma empresa de reciclagem que contribuem para o desenvolvimento sustentável do ambiente, da sociedade e da economia. A fundamentação teórica elenca aspectos relacionados aos desafios da Ciência da Administração, definições, considerações históricas e desafios; sobre a sociedade do Conhecimento, suas definições e características, formulação de estratégias baseadas no conhecimento, os diferenciais da organização baseada no conhecimento e aspectos sobre a sustentabilidade, seus conceitos e definições. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa acadêmica, descritiva com abordagem predominante qualitativa quanto a seus fins de investigação e bibliográfica e de campo quanto a seus meios, de amostra não probabilística em que o público alvo se deu por acessibilidade, sendo estes, três pessoas que possuem relação direta ou indireta com a empresa: o dono da organização, um de seus funcionários e um cliente. O estudo caracterizou-se por coleta de dados primários, utilizando-se da técnica de entrevista com um roteiro semiestruturado. A análise de dados, por análise de conteúdo através das entrevistas, possibilitou, diante dos resultados, compreender, verificar e definir determinadas ações que a empresa possui voltadas para a sustentabilidade no âmbito ambiental, econômico e social sob percepções diferentes, de uma mesma organização, e ainda analisar ações que a empresa ainda pode implementar e investir para continuar progredindo no quesito sustentabilidade.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Administração. Economia.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Desenvolvimento ambiental, economico e social sustentáveis..... | 21 |
| Figura 2 - Interligação de fatores na organização..... | 25 |

SUMÁRIO

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 10 |
| 1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA | 11 |
| 1.2 OBJETIVOS | 12 |
| 1.2.1 Objetivo geral | 12 |
| 1.2.2 Objetivos específicos | 13 |
| 1.3 JUSTIFICATIVA | 13 |
| 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | 14 |
| 2.1 DESAFIOS DA CIÊNCIA DA ADMINISTRAÇÃO | 14 |
| 2.1.1 Definição da ciência da Administração | 14 |
| 2.1.2 Considerações gerais sobre o Histórico da Administração | 15 |
| 2.2.3 Dificuldades da Administração no século XXI: um aspecto introdutório a responsabilidade social | 17 |
| 2.2 SOCIEDADE DO CONHECIMENTO: DEFINIÇÕES E CARACTERÍSTICAS | 19 |
| 2.2.1 As alterações sociais ocasionadas pela influência da Sociedade do Conhecimento: as novas configurações organizacionais | 20 |
| 2.2.2 A estrutura das organizações baseadas no conhecimento | 22 |
| 2.2.3 A formulação da estratégia em organizações baseadas no conhecimento | 23 |
| 2.2.4 Diferenciais na organização baseada no conhecimento: capital, intelectual, tecnologias da informação e sustentabilidade. | 24 |
| 2.3 SUSTENTABILIDADE: CONCEITOS E DEFINIÇÕES. | 26 |
| 2.3.1 A sustentabilidade na organização baseada no conhecimento | 28 |
| 2.3.2 As organizações socialmente responsáveis: características, estruturas e ações | 30 |
| 2.3.3 As dimensões do desenvolvimento social sustentável | 32 |
| 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 35 |
| 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA | 35 |
| 3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA OU POPULAÇÃO-ALVO | 37 |
| 3.3 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS..... | 39 |
| 3.4 TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS | 41 |
| 3.4 LIMITAÇÕES DO ESTUDO | 41 |
| 4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS | 42 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1 A EMPRESA COMO OBJETO DE ESTUDO: CARACTERIZAÇÃO E DESAFIOS EM SEU SEGMENTO DE ATIVIDADE | 42 |
| 4.2 OS MECANISMOS DE REGULAÇÃO QUE INCENTIVAM AS AÇÕES SUSTENTÁVEIS | 44 |
| 4.3 PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE APLICADAS À ORGANIZAÇÃO: UM RELATO A PARTIR DA VISÃO DE MUNDO DOS ENTREVISTADOS | 45 |
| 4.3.1 Nível ambiental | 45 |
| 4.3.2 Nível econômico | 47 |
| 4.3.3 Nível social..... | 48 |
| 4.4 ALTERNATIVAS DE AÇÃO: SUGESTÃO PARA IMPLEMENTAÇÃO DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS | 49 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 52 |
| 5.1 CARACTERIZAÇÃO DO ALCANCE DOS OBJETIVOS | 54 |
| 5.2 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS | 55 |
| REFERÊNCIAS..... | 56 |
| APÊNDICES | 61 |
| APÊNDICE A: Termo de consentimento da entrevista..... | 61 |
| APÊNDICE B: Roteiro de entrevista semiestruturada. | 63 |
| ANEXOS | 66 |
| ANEXO A: Termo de consentimento da entrevista do dono da empresa..... | 66 |
| ANEXO B: Termo de consentimento da entrevista do funcionário da empresa. | 67 |
| ANEXO C: Termo de consentimento da entrevista do cliente da empresa. | 68 |

1 INTRODUÇÃO

Após anos de exploração dos recursos ambientais e sociais, a humanidade vem refletindo sobre a indispensável adoção de práticas que promovem o desenvolvimento econômico em equilíbrio com nossas necessidades. Desde então, a sociedade e as empresas vêm tentando adaptar-se ao conceito chamado sustentabilidade, que está cada vez mais popular, porém, ainda com pouco impacto nas opiniões e atitudes públicas. De acordo com Reis e Queiroz (2002) a insistência em velhos hábitos, interesses financeiros e até uma educação não voltada para a necessidade de preservar o meio ambiente e métodos que colaborem com a sociedade, tem feito com que grande maioria das empresas não estejam dispostas a “pagar o preço” da inevitável mudanças de hábitos e comportamentos para fazermos uma sociedade onde o desenvolvimento sustentável, a preservação do meio ambiente, a preocupação com os indivíduos da sociedade e com a economia, sejam nossa prioridade.

Há alguns anos uma tendência mundial vem tomando conta do mercado: a procura por tornar as empresas socialmente responsáveis, sustentáveis e rentáveis. As organizações estão sentindo cada vez mais a necessidade de buscar práticas alternativas de produção e prestação de serviços que não prejudiquem o meio ambiente e que estejam de acordo com a responsabilidade social. Surge assim, a sustentabilidade empresarial, que é o conjunto de medidas tomadas pelas empresas a fim de obter lucro sem prejudicar tanto o planeta, ou seja, as organizações passam a não somente se preocupar com seus ganhos/lucros, mas também com o respeito aos fatores ambientais, sociais e econômicos envolvidos em todo o processo em que a empresa está inserida.

Segundo SEBRAE (1997), investir na proteção do meio ambiente e na contribuição para/com a sociedade, significa para as empresas, além de uma garantia de continuidade de seus negócios, ganho de marketing e de imagem junto à opinião pública. É relevante que nos dias atuais as empresas insiram em suas atuações elementos que considerem o equilíbrio nas relações com diversos grupos de interesse, demonstrando que os sistemas econômicos, sociais e ambientais estão integrados e que não podem implementar estratégias que contemplem somente uma dessas dimensões.

A sustentabilidade ainda não é o tema principal dentro de uma organização, mas vem ganhando força e espaço a partir do conhecimento que todos vem adquirindo a respeito desse assunto e de sua importância em nossas vidas, desta forma o presente estudo terá como meta analisar as práticas de sustentabilidade, em três aspectos: ambiental, social e econômico, dentro de uma empresa de reciclagem de plásticos sob a visão de três indivíduos que atuam direta ou indiretamente na organização e quais ações para a implementação destas práticas.

A monografia foi estruturada em cinco capítulos, onde o primeiro destaca a situação problema, o objetivo geral e os objetivos específicos e a justificativa para o desenvolvimento da pesquisa. No segundo capítulo está situada a fundamentação teórica, com intuito de destacar ideias de diferentes autores a relacionados ao tema do estudo.

No terceiro capítulo encontram-se descritos detalhadamente os procedimentos metodológicos utilizados para a aplicação da pesquisa. Os dados coletados com a pesquisa de campo e suas análises se encontram no quarto capítulo com o objetivo de responder a pergunta da pesquisa apresentada no estudo.

E finalizando o trabalho, no quinto capítulo encontram-se as considerações finais, conclusão, referências, os anexos e apêndices contendo o termo de consentimento da entrevista e o roteiro da entrevista.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

As empresas hoje preocupadas com o quesito lucro acabam muitas vezes por esquecer-se da responsabilidade social e os danos causados ao meio ambiente em que se inserem, esquecem que esses fatores são o que garantem sua existência futura e seu possível lucro. O meio empresarial se depara atualmente com diversas questões que não se restringem meramente ao âmbito econômico, as atividades empresariais possuem também significativo efeito no meio ambiente e na sociedade.

As atividades de produção industriais e prestações de serviços quando feitas sem preocupação ambiental, podem contribuir para aumentar a poluição do ar, das águas, do solo e ainda ocasionar mudanças climáticas, gerar lixo tóxico dentre outros impactos ambientais, da mesma forma que a atuação da empresa afeta seus

acionistas, funcionários, fornecedores, consumidores e também a comunidade da região em que está localizada, podendo também atingir níveis globais.

Seja por um processo de conscientização em arrumar uma postura pró-ativa, seja pela pressão do próprio mercado e das leis governamentais, já há no Brasil um grande número de empresas que considera importante assumir em suas ações, a preocupação com a temática do desenvolvimento sustentável. Estas empresas passam a adotar estratégias que consideram a preservação ambiental, a transparência das ações empresariais, responsabilidade com o crescimento econômico do país e o compromisso com o bem estar social.

Vinha (2003) destaca que um número cada vez maior de empresas passou a perceber que o custo financeiro da redução do passivo ambiental, como também da administração dos conflitos sociais, pode acabar tendo um valor mais alto do que a decisão de respeitar os direitos humanos e o meio ambiente. A opção da empresa de ignorar as dimensões ambientais, sociais e econômicas prejudica a imagem que a opinião pública tem sobre a corporação, dificultando inclusive a implementação de novos projetos e a renovação de contratos.

Pinto (2002, p. 27) afirma que:

[...] é bem provável que num futuro próximo as empresas se vejam compelidas a apresentar bons indicadores de sustentabilidade a fim de obter recursos financeiros e parceiros para seus processos econômicos e, com isso, poder galgar novos patamares de rentabilidade.

Diante dessa situação, chega-se ao seguinte problema: **Quais as ações desenvolvidas por uma empresa de reciclagem que contribuem para o desenvolvimento sustentável nas perspectivas ambiental, social e econômica?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Analisar as ações desenvolvidas por uma empresa de reciclagem que contribuem para o desenvolvimento sustentável nas perspectivas ambiental, social e econômica.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Caracterizar a empresa que é objeto de estudo, seus desafios e contribuições no segmento de atuação;
- b) Identificar as práticas de regulação que incentivam as ações de sustentabilidade dentro da empresa;
- c) Apresentar as práticas que melhor se adéquem a questão ambiental, social e econômica da organização.
- d) Sugerir alternativas de ação para a implementação dessas práticas.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este estudo tem como objetivo analisar uma empresa de reciclagem e suas ações nos aspectos ambientais, sociais e econômicos para o desenvolvimento sustentável.

Desta forma, o estudo é importante visto que a pesquisa apresenta a percepção de três pessoas diferentes, porém todas com contato direto com a empresa, o que demonstra ao leitor a importância de ações que caminhem para um ambiente sustentável no século XXI em diferentes aspectos.

O trabalho oportuniza a identificação do perfil de uma empresa de reciclagem de plásticos, e como a mesma atua de forma sustentável influenciando no mercado em que está inserida.

A importância se dá em uma análise de ações da empresa a nível local e global sob a percepção de três influentes na organização, que demonstram suas ideias diante das atividades da empresa e como mesma contribui para a sustentabilidade nos aspectos ambientais, sociais e econômicos, podendo servir de instrumento para empresários do mesmo ramo, ou de outros ramos industriais que pretendem ou já adotaram métodos sustentáveis.

O trabalho é viável, pois todos os dados foram coletados diretamente com as pessoas que possuem contato com a empresa, mediante entrevista que busca extrair dos indivíduos sua percepção mais completa sobre as atividades da empresa, tornando a pesquisa um tanto quanto mais real e leal ao seu resultado, além de pesquisas em livros, artigos e informações sobre o tema no propósito de estabelecer uma melhor análise.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica é um conjunto de diferentes ideias presentes em obras estudadas que possuam conteúdo relacionado com o tema a ser pesquisado e que repassará ao autor todo suporte técnico necessário para a pesquisa. É uma análise de autores que já escreveram sobre o tema em que se deseja pesquisar, direcionando o leitor a um referencial teórico de acordo com a pesquisa, afirma Vianna (2001).

Deste modo, os próximos títulos do capítulo buscam uma relação das informações diante do propósito da pesquisa, assim como o melhor entendimento do tema com base em autores que já escreveram sobre.

2.1 DESAFIOS DA CIÊNCIA DA ADMINISTRAÇÃO

2.1.1 Definição da ciência da Administração

Pelas considerações de D'Arienzo (2008), a ciência da administração explora seus desafios a partir do uso de instrumentos e procedimentos científicos que, aplicados nas organizações, geram conhecimentos que podem desenvolver resultados competitivos, fomentando uma estrutura que permita o desenvolvimento de um negócio baseado no conhecimento. Estes pensamentos científicos, nada mais são que ideias com fundamentos de pesquisas metodológicas e raciocínios lógicos que caminham para um resultado desejado de alguma questão que de certa forma inquieta algo ou alguém, de uma forma que possam ser comprovados universalmente para os formadores da ciência, e utilizados por nós, agentes dessa ciência.

Stubbs (1978, p. 13) afirma que " administração científica não significa administração da ciência". O autor apresenta a ideia de que a fenda na comunicação é ainda muito grande, deixando espaço para muitas definições, causando certa confusão ao estudarmos o conceito de Ciência da Administração. O autor ainda destaca que a Ciência da Administração pode estar dividida em duas partes, sendo uma delas um assunto estático, onde novos fatos são somados aos conhecimentos já existentes, além disso, é possível identificar que a Administração

constitui-se em um processo dinâmico, onde surgem conceitos novos ou novas descobertas, servindo para ampliar o nosso horizonte de conhecimento.

Segundo o conceito de Silva (2007, p.15): "Administração consiste em orientar, dirigir e controlar os esforços de um grupo de indivíduos para um objetivo comum.", entende-se que a ciência da administração tem a habilidade de realizar certas coisas. É a aplicação de técnicas práticas mistas, com embasamento em muitas ciências, como psicológica, sociológica, econômica, matemática e outras ciências.

Nesse sentido, as definições que seguem confirmam esse aspecto. Na visão de Stoner e Freeman (1994, p.5) é possível identificar que administração é um processo de " [...] planejar, organizar, liderar e controlar os esforços realizados pelos membros da organização e o uso de todos os outros recursos organizacionais para alcançar os objetivos estabelecidos. "

Dessa forma com base nos conceitos identificados pelos autores, percebe-se que o entendimento da Ciência da Administração se relaciona a um processo sistemático de fazer as coisas no âmbito da gestão organizacional. E estes são executados por meio das pessoas, utilizando ou não instrumentos que facilitem o desempenho de seus trabalhos. Por isso, pode existir um grupo de pessoas em algum lugar, porém, na falta de uma orientação, direção e controle da atividade dessas pessoas, não existirá, evidentemente, administração.

2.1.2 Considerações gerais sobre o Histórico da Administração

Stoner e Freeman (1994) destacam que as pessoas vêm sendo administradas há muito tempo. Mesmo que nos bandos mais simples de caçadores e coletores de antigamente, geralmente todos os outros indivíduos reconheciam e respondiam à um líder um grupo que tomavam determinadas decisões por todos. À época, eles eram responsáveis pelo bem-estar de todo o resto do grupo. Conforme o crescimento das sociedades, esse tipo de comunidade se torna mais complexa, sendo que visivelmente, foi ficando indispensável a presença de pessoas e profissionais capacitados para gerenciar esse tipo de atividade. Essa reflexão deu origem à gênese da Administração.

De acordo com Júnior (2014) a Ciência da Administração de certa forma é nova no Brasil. No ano de 2015 ela completa 50 anos, conforme sua regulamentação que é datada em 09 de Setembro de 1965. Mas por outro lado essa ciência já está presente na dinâmica das empresas há mais tempo, desde antes da Revolução Industrial.

Dias (2007) afirma que o desenvolvimento tecnológico teve um crescimento abrupto nos últimos séculos, de tal forma que pudesse ser comparado ao impacto causado pela Revolução Industrial. O autor ainda destaca que em nenhuma outra época se descobriu tantas oportunidades capazes de gerar a produção e o controle dos elementos naturais. A revolução se estendeu e dominou os séculos XVIII, XIX e XX “ provocando profundas alterações no meio ambiente natural, que na realidade apontou para a perspectiva de sua destruição” (DIAS, 2007, p.5).

É a partir dessa época, nos séculos XVIII e XIX que surgem as tentativas de prosperar as grandes teorias da Administração. A utilização de novas tecnologias centralizou grandes quantidades de matéria-prima e de trabalhadores em fábrica, os bens eram produzidos em grande quantidade e necessitavam ser distribuídos em grandes dimensões. Então, por meio de pensadores, surge a Teoria da Administração Científica, iniciou, em partes, da necessidade de aumentar a produtividade e o único jeito disso acontecer seria aumentando a eficiência dos trabalhadores. A teoria buscava estabelecer cientificamente os métodos mais adequados para a execução de qualquer tarefa e para escolher, preparar e impulsionar os trabalhadores, afirmam Stoner e Freeman (1994).

Dias (2007) afirma que a revolução industrial foi a grande causadora do crescimento econômico, dando perspectiva de uma grande geração de riquezas, que, a princípio traria prosperidade e melhor qualidade de vida. O problema vem quando esta revolução traz junto aos benefícios, a utilização frequente e significativa de grandes quantidades de energia e recursos naturais, que acabaram por estabelecer um quadro grave de degradação contínua do meio ambiente. Dias (2007, p.7) ressalta que “ [...] um dos problemas mais visíveis causados pela industrialização é a destinação dos resíduos de qualquer tipo que sobram dos processos produtivos, e que afetam o meio ambiente.”

No século atual, XXI, é impossível adivinhar o que as futuras gerações irão estudar na administração, mas, podemos identificar pelo menos três

concepções sobre a teoria da Administração que irão se fazer importantes: a abordagem sistêmica, que analisa a organização como um sistema único e direcionado de partes inter-relacionadas; abordagem contingencial, que é a concepção de que a técnica da Administração que melhor auxilia para o alcance de objetivos das empresas pode variar em circunstâncias diferentes; e o a abordagem integrativa à teoria da Administração, adaptando uma visão positiva da natureza humana com o estudo científico das organizações, destacam Stoner e Freeman (1994).

2.2.3 Dificuldades da Administração no século XXI: um aspecto introdutório a responsabilidade social

Conforme Karkotli e Aragão (2004) desde a revolução industrial a vida do homem, em particular no mundo capitalista, tem girado em torno de uma estrutura que denomina-se empresa. É nela que o homem tem passado a maior parte do seu dia, dedicando sua força física e intelectual a produção de bens ou serviços. E em troca recebe a remuneração pela atividade desenvolvida. Os autores realçam que com as novas necessidades industriais, as contribuições das teorias Clássicas e Científica da Administração privilegiam apenas a esfera produtiva da organização, o ambiente, nesse contexto, estava restrito ao espaço interno das organizações, sendo o elemento humano e o ambiente considerados como mais peças da engrenagem fabril.

Drucker (2001) afirma que revoluções excessivas vêm ocorrendo no mundo social e o século XXI, sem dúvida, será de um movimento desordenado nos desafios sociais, econômicos e políticos. Os desafios que estão por vir podem ser ainda mais graves que aqueles representados pelas transformações sociais ocorridas no século vinte, para estar preparado é necessário que seja feita uma melhor definição de educação, sua finalidade, seus valores, ter conhecimento de sua qualidade e produtividade para poder gerenciá-las; trabalhar de forma sistêmica na qualidade do conhecimento e sua produtividade e desenvolver uma teoria econômica adequada.

Segundo Stoner e Freeman (1994) um dos desafios dos administradores de hoje é a competição por parte de organizações estrangeiras, que estão dedicadas a trazer produtos de qualidade para seus consumidores, que estão cada

vez mais exigentes. As batalhas da competição internacional têm levado os administradores e trabalhadores a descobrir meios de aumentar a produtividade, decorrente disso faz-se necessário repensar no relacionamento dos chefes para/com seus subordinados, procurando meio de aproveitar os recursos que cada funcionário apresente. Dessa forma, confirmado pelos autores, é relevante que os administradores tenham treinamento, visão, ética e respeitem a diversidade para que enfrentem as dificuldades do século com eficácia.

De acordo com Robbins (2003) a maior dificuldade das empresas no século XXI está na mudança de visão da sociedade. O termo responsabilidade social da empresa, tornou-se parte constante do vocabulário gerencial. As empresas passam a ser constantemente mais avaliadas em função de sua cidadania, assim como em função do seu sucesso para obtenção de lucro, hoje, aguarda-se que as organizações ajam como cidadãos responsáveis, que os administradores e executivos destas empresas defendam e promovam padrões éticos elevados.

Stoner e Freeman (1994) defendem que dentre tantas, uma das dificuldades da atual administração é a ética, um termo que envolve os relacionamentos internos e externos das organizações, é o estudo dos direitos e deveres das pessoas, das regras, e da natureza em relação às pessoas. Afirmam que a empresa possui quatro níveis éticos difíceis de serem tratados, mas que se bem avaliados e aplicados, geram sucesso à organização. O primeiro é o da ética perante a sociedade, o segundo de questões éticas referentes aos *stakeholders*, o terceiro nível seria a ética na política interna da empresa e o quarto seria o ser humano, como ele se comporta eticamente dentro da empresa.

Robbins (2003) comenta sobre a dificuldade da empresa de lidar com a responsabilidade social. Explica ele, que a dificuldade está no momento em que ela abre um leque de questões como relações com a comunidade e funcionários, o desenvolvimento e a responsabilidade pelos produtos ou serviços que produz ou presta, políticas, em atender os direitos humanos e atualmente ainda cresce a sensibilidade para com o meio ambiente. As organizações estão reavaliando seus métodos de embalagem, a reciclabilidade dos produtos, ações de segurança ambiental dentre outros.

As empresas estão tendo que competir num ambiente de negócios cada vez mais complexo, no qual não é mais suficiente oferecer qualidade e preço competitivo, não é mais suficiente obedecer apenas às leis e pagar impostos. As

organizações de sucesso serão cada vez mais pressionadas a olhar intensamente o impacto de suas operações dentro e fora de suas paredes institucionais e, cuidadosamente, verificar os impactos de suas políticas e ações de seus empregados, clientes, comunidade e na sociedade como um todo. É importante que a organização reflita, que nos dias atuais, ela necessita estar atenta de que todo e qualquer dano ou ação ambiental posteriormente terão repercussões sociais, ou seja, um dano ao meio ambiente além de prejudicar o mesmo, refletirá na saúde da população em que a empresa se insere. (KNEIPP et al., 2013).

Lopes e Gomes (2010) apontam como grandes desafios: a concorrência mais aguda, o produto ou serviço que demonstre ser superior, será obviamente, o mais procurado, o que faz com que as empresas estejam cada vez mais competindo entre si, num infinito de superação; outro grande desafio é a sofisticação de tecnologia, que proporciona maior eficiência, maior precisão e liberação da atividade humana para outras que exigem mais planejamento e criatividade. A exigência da Era da Informação é a riqueza do conhecimento, recurso valioso, importante e muitas vezes difícil de encontrar em profissionais nos dias atuais.

Diante das afirmações, é possível perceber que as organizações intituladas como bem sucedidas, tender a crescer e ampliar suas atividades cada dia mais, seja esse crescimento em termos de tamanho e recursos, na expansão de seus mercados ou no volume de suas operações. O crescimento é inevitável para o êxito organizacional, mas conseqüentemente aumenta a complexibilidade nas tarefas e operações diárias e aparecem as dificuldades. É importante saber ser influenciado por todas as mudanças que vêm ocorrendo atualmente no mundo das organizações com intuito de mudar o modo de agir e pensar como donos de empresas e também como cidadãos, para continuar a construir uma sociedade que se demonstre capaz de gerar lucro associado ao progresso e bem estar. Acima de tudo, para conseguir fazer com que todos os benefícios possam ser sempre melhor partilhados.

2.2 SOCIEDADE DO CONHECIMENTO: DEFINIÇÕES E CARACTERÍSTICAS

As mudanças que constantemente vem ocorrendo no ambiente de negócios redirecionam as organizações para um benefício e uma vantagem competitiva: o conhecimento. Essa nova organização aparece no sentido de um

novo ambiente de trabalho, que é então ocupado pela chamada sociedade do conhecimento. Estas empresas gerenciam suas ações (infra-estrutura, tecnologias e principalmente seu pessoal) a fim de que captem seus conhecimentos, armazenem, gerem ainda mais conhecimento e compartilhem com toda a organização, deixando para trás os parâmetros de uma época industrial, moldando e adequando seus procedimentos e ações organizacionais à essa nova economia: a do conhecimento (CASTRO; KILIMNIK; SANT'ANNA, 2008).

2.2.1 As alterações sociais ocasionadas pela influência da Sociedade do Conhecimento: as novas configurações organizacionais

A sociedade do conhecimento refere-se à capacidade de gerar e usar conhecimentos relevantes à inovação e ao desenvolvimento. O foco é o conhecimento que caminha para a utilização da informação/conhecimento como dois fatores determinantes para o alcance de metas das organizações (SENGE, 2002).

Dentre tantas revoluções ao longo da história é diante da Era Industrial que passa a surgir uma nova sociedade, deixando de lado o pensamento lógico e abrindo espaço para uma nova sociedade, baseada no conhecimento, num futuro ainda desconhecido, numa diversidade, em mudanças constantes e conseqüentemente abrindo espaço para possíveis conflitos, onde saber lidar com todos esses aspectos da maneira mais eficaz coloca em prática a nossa capacidade de exercer a possibilidade de transformação, sustenta Santos (2009). E então a função da nova sociedade, a sociedade do conhecimento, é alcançar a capacidade de transformação para resistir às dificuldades e o inesperado que se possa encontrar no futuro.

Senge (2002) afirma que há muitos aspectos que marcam e são responsáveis pelas inúmeras transformações nas estruturas do ambiente de negócios nessa nova era. Uma ação cooperativa entre uma série de inovações sociais, inconstitucionais, políticas, tecnológicas e econômicas que se baseiam na informação e no conhecimento, começam a desenvolver um papel novo e estratégico no mesmo momento em que ressaltam alguns formatos organizacionais que incentivam processos de aprendizagem coletiva e a dinâmica de inovação. O conhecimento, a informação e a experiência, compartilhados ganham espaço nas configurações da empresa.

Fleury e Fleury (2004) alimentam a ideia de que as novas configurações organizacionais assumem importância fundamental para enfrentar os desafios à gestão, que são impressos pela disseminação e pela geração do conhecimento de todos. Se de um modo faz-se importante ressaltar a propensão à maior união das diversas funções organizacionais – produção, finanças, comercial, logística...- de uma mesma organização, de outro modo, é necessário destacar as novas configurações das estruturas, fundamentadas nos modelos de cooperação e competição entre diferentes agentes políticos, sociais e, sobretudo, econômicos, interligados.

Santos (2008) transpõe a percepção de que a mudança para uma sociedade do conhecimento se dá, dentre tantos e diversos aspectos, principalmente pelo desenvolvimento sustentável, acentuado, de três aspectos, são eles: ambientais, econômicos e sociais. É relevante ter consciência de como estes aspectos podem ser tratados e são influências a nível local, ou seja, na cidade e arredores em que a empresa está inserida e atua, e a nível global mesmo que este seja por uma pequena parcela, porém algum impacto possui.

Figura 1–Desenvolvimento ambiental, econômico e social sustentáveis.

OECD (2006).

Desenvolvimento ambiental, econômico e social sustentáveis

O desenvolvimento sustentável envolve três dimensões:

- 🌍 **Ambiental;**
- 🌍 **Econômica;**
- 🌍 **Social.**

| | LOCAL | GLOBAL |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ambiental | <ul style="list-style-type: none"> 🌍 Níveis de poluição; 🌍 Uso de recursos. | <ul style="list-style-type: none"> 🌍 Mudanças climáticas; 🌍 Perda da biodiversidade. |
| Econômico | <ul style="list-style-type: none"> 🌍 Preços; 🌍 Níveis de produção; 🌍 Orçamentos. | <ul style="list-style-type: none"> 🌍 Comércio internacional; 🌍 Competitividade; 🌍 Desenvolvimento. |
| Social | <ul style="list-style-type: none"> 🌍 Distribuição de renda; 🌍 Emprego. | <ul style="list-style-type: none"> 🌍 Equidade; 🌍 Nível de vida. |

Fonte: Santos (2008).

É possível, que com a contribuição destes autores, se tenha uma percepção nítida de que todas as mudanças ocorridas no ambiente competitivo das empresas brasileiras que aconteceram nos últimos anos e persistem em se fazer

presente nos dias atuais, fazem com que muitas organizações saiam em busca de novos modelos de gestão, estruturas que possam estar o mais próximo possível do que podemos chamar de adequação ao mercado em que eles estão agindo, ou seja, que deem seu melhor e consigam persistir diante de todas as mudanças e permanecer no mercado.

2.2.2 A estrutura das organizações baseadas no conhecimento

As organizações da Era Industrial deram lugar hoje para as “comunidades”, empresas plenas, virtuais, indo além de uma auto-organização de empreendedores individuais apenas, abre-se uma lacuna para a espontaneidade dos mercados.

Santos (2002) comenta que a organização baseada no conhecimento não diz respeito somente à indústrias de software, computação ou tecnologias da informação e internet, mas também às novas aberturas de vantagens competitivas que possuem a capacidade de criar novos produtos e serviços ou se dedicar à inovação dos já existentes. A economia que se baseia no conhecimento, move o eixo apenas do desenvolvimento dos setores industriais tradicionais para os setores onde os produtos, serviços e processos são intensivos em tecnologia do conhecimento. Por isso o valor do produto, vem dependendo cada vez mais do percentual de inovação, tecnologia e inteligência à eles incorporados.

Santos (2008) explica que a economia dessa nova Era do Conhecimento deixa clara que a fortuna das organizações será o conhecimento e as competências que fortalecem os relacionamentos internos e externos. O autor também destaca que não mais somente os recursos naturais, mas a mão de obra ou o capital que ela possui se constituem em instrumentos interdependentes das atividades intensivas em conhecimento. Essa estrutura, portanto, não diz respeito mais somente à máquinas e instrumentos de trabalho que executam as tarefas ou de inúmeros homens, e sim, de ativos que não possuem existência física, como o caso de softwares que são capazes de gerar produto ou serviço onde o conteúdo é o mais requintado deles, o conhecimento.

Nesse sentido, segundo Rossetti et al (2008) torna-se imprescindível que algumas mudanças e inovações da organização ocorram para que ela possa sobreviver no mercado, como flexibilidade, criatividade e a capacidade de iniciativas

que são alguns dos atributos essenciais e necessários para que possa trabalhar e manter-se nesta nova estrutura. Não mais na época em que o colaborador eficiente é aquele que deixa todos os seus pensamentos, conhecimentos e ideias em casa e sai para fazer seus trabalhos rotineiros somente na intenção de produzir cada vez mais, o profissional que sustenta as organizações dessa nova era, deve aprender para estar continuamente atualizado, a estrutura da organização que se baseia no conhecimento necessita ser caracterizada por instrumentos que tornem viáveis e visíveis que o conhecimento é sua principal ponte de negócios.

2.2.3 A formulação da estratégia em organizações baseadas no conhecimento

A manutenção da harmonia com o novo milênio nas organizações baseadas no conhecimento querer duas habilidades extremamente necessárias para a empresa. Uma delas é a visão estratégica dos executivos da organização, o próprio conhecimento advindo não somente dos executivos, mas de todos que fazem parte do negócio. Nesse momento de transformações significativas, é relevante que tenham essa capacidade de antecipar-se diante de seus concorrentes utilizando-se de todos os pensamentos e mudanças oriundos do conhecimento que essa nova sociedade vem proporcionando, para que sejam reconhecidas e bem sucedidas (PELISSARI, 2007).

Outra questão que o autor diz que se aplica a esse aspecto, é a capacidade de transformar essa visão estratégica do conhecimento em ação estratégica, isto é, efetivar a Visão e o conhecimento por meio da iniciativa e do trabalho. É também por este fim que as organizações se utilizam de um planejamento estratégico, por exemplo, com o objetivo de analisar as ações das empresas, justificando-as em função de seus Aspectos positivos ou negativos.

De acordo com Ansoff et al (1993. P. 15) a Administração estratégica é:

[...] um enfoque sistemático de uma responsabilidade importante e cada vez mais essencial da Administração geral: proporcionar e relacionar a empresa ao seu ambiente de modo a garantir o seu sucesso continuado, a salvo de eventuais surpresas.

Na conceituação de Ohmae (1991) a estratégia da organização é o modo pelo qual a empresa procura diferenciar-se positivamente de sua concorrência, usando pontos fortes para atender, da melhor forma, a necessidade de seus

clientes. A organização deve encontrar condições e diferentes maneiras de agir nas variáveis que intercedem, e conseguir influenciar positivamente de alguma forma.

Porter (2000) afirma que a estratégia é uma escolha de posição única e muito importante que se baseia em sistemas de atividades que são difíceis de copiar e que agregam um grande valor. Desse modo, a estratégia pode ser vista como combinações novas que tem o propósito de explorar oportunidades e diferentes futuros.

Pelissari (2007) alimenta o contexto de que as estratégias construídas nessa era do conhecimento dizem respeito a como os líderes das organizações estabelecem orientações junto de seus colaboradores, com o objetivo de direcionar a organização para determinados modos de ação, não esquecendo de uma questão fundamental que é despertar a percepção, as intenções do cérebro humano em primeiro lugar, o conhecimento, e na realidade, o que estas intenções significam. A formulação das estratégias na Era do Conhecimento é, portanto, planejar para sempre estar a frente dos seus concorrentes, principalmente pelo uso eficaz dos recursos e do conhecimento de cada um.

2.2.4 Diferenciais na organização baseada no conhecimento: capital, intelectual, tecnologias da informação e sustentabilidade.

Santos (2008) argumenta que para destacar e diferenciar as organizações baseando-se no conhecimento, faz-se importante se tenha cada vez mais um bom nível de escolaridade, produção de bens ou serviços com inteligência incorporada, que o conhecimento se estenda pela empresa de uma forma organizada através de sistemas especiais, planos organizacionais que sejam de fácil entendimento e que resultem em um ambiente organizacional onde o conhecimento flui e circula de forma cooperativa entre todos os setores da organização e também entre seus clientes.

Os autores destacam que o fator da diferenciação dessa organização que se baseia no conhecimento, é alcançar a junção de todos os elementos que envolvem tanto fatores de relacionamento interno como externo, suas competências, seus clientes, o valor que cada elemento possui e atribui para a organização.

A figura 2 demonstra resumidamente a junção desses fatores.

Figura 2 – Interligação de fatores na organização



Fonte: Santos (2008).

De acordo com Pacievitch (2015) o capital intelectual é o conhecimento propriamente dito, porém, qualquer conhecimento, se designa àquele que se torna útil à empresa e de certa forma acrescenta e faz com que a organização evolua. Esse conhecimento não válido se ficar apenas no pensamento, é necessário que se torne explícito, que essa ideia possa ser repassada, sugerida, avaliada e alavancada pela empresa. A autora sustenta ainda que o capital intelectual na organização pode ser encontrado em três aspectos: no capital humano, a maneira que atuam na organização e criam sugestões; no capital estrutural, a maneira e os sistemas criados para transporte e transferência e de conhecimento dentro da empresa e o capital cliente, que seriam as relações que a organização cria e se esforça para manter com seus clientes.

Com este pensamento, pode ter a conclusão que é relevante que ambos estejam interligados já que um bom crescimento sem um bom sistema para repassar essa informação de nada vale ou mesmo conhecimentos fluindo apenas dentro da organização sem que a relação com seus clientes seja também atualizada.

Silva (2007) aborda que a organização do conhecimento traz modelos da economia, exemplos são a produtividade e da qualidade, e ainda cria caminhos para o desenvolvimento, exigindo então uma nova postura perante as mudanças sociais. Formar, adquirir, alcançar e pôr em prática o conhecimento começa a ser itens básicos para enfrentar as mudanças. A autora destaca ainda que as organizações estão começando a compreender a importância da informação e a firma que na atualidade as pessoas estão sendo expostas a uma quantidade significativa de informações o que pressiona-as a estarem sempre muito bem informadas, porém é necessário ter conhecimento de quais destas informações são de relevância para determinada ação que a organização vá promover.

Teixeira (2000, p. 41) comenta que com o crescimento da importância da gestão do conhecimento as empresas:

[...] passam a se preocupar com o que sabem, o que precisam saber, não menos importante, com o que a concorrência sabe. Torna-se cada vez mais importante identificar o impacto e a consciência do conhecimento no setor específico da empresa. É, assim, fundamental criar condições e apoiar o desenvolvimento e a comunicação desse conhecimento. Empresa começa a perceber a importância de transformar seu conhecimento realmente em um ativo a serviço na organização e não apenas em propriedades de indivíduos ou grupos internos.

Todas as constantes mudanças possibilitam que surgisse a ideia de economia do conhecimento que é motivada pela mudança das atividades humanas, das funções extremamente mecânicas, para as funções intelectuais. O ser humano passou a perceber a tecnologia da informação como um instrumento indispensável para o avanço desta nova forma de vida social e também econômica, o salto para uma tecnologia que dê destaque ao conhecimento foi questão de tempo (BASSETTO, 2011).

2.3 SUSTENTABILIDADE: CONCEITOS E DEFINIÇÕES.

Barbieri (2004) afirma que o meio ambiente é tudo aquilo que envolve ou cerca os seres vivos, dá suporte a vida, satisfaz as necessidades fisiológicas vitais provendo alimentos, fontes de energia, nutrientes minerais, ar e água. Alega ainda, que os organismos e o ambiente físico são interdependentes, ou seja, o que ocorre em uma de suas partes acaba influenciando diretamente ou indiretamente nas demais, por isso a necessidade de se ter maior importância e maior cuidado para com o ambiente em que se vive e que estão inseridas as empresas.

As empresas que estão engajadas no aperfeiçoamento da responsabilidade socioambiental, que desempenham um papel de liderança por suas iniciativas, evidenciam que a responsabilidade socioambiental é mais do que uma série de iniciativas, gestos ou práticas isoladas movidas pela motivação de um marketing social, relações públicas ou outros benefícios. Permeando várias atividades das empresas, as iniciativas podem ser tomadas em vários setores da organização, mas devem ser expressões de um esforço sistemático para atingir metas e objetivos sociais, ambientais e éticos. É fundamental que compreendamos o significado e a importância da responsabilidade socioambiental e suas implicações para que não seja interpretada como uma moda passageira, assim como tantos outros temas que envolvem a gestão empresarial (VILELA JÚNIOR; DEMAJOROVIC, 2013).

Barbieri (2004) afirma que com o start up da industrialização, as maneiras como a produção e o consumo estão sendo realizados desde então exige recursos e, conjuntamente, geram resíduos, ambos em quantidades volumosas, que podem ameaçar a capacidade do planeta em que a empresa se mantém. Essa capacidade, diz respeito a quantidade de seres vivos que ela pode suportar sem degradar-se. Considerando que a capacidade de suporte de um ecossistema específico não é algo fácil de estimar, o que não dizer então da capacidade do Planeta? No entanto, há diversos sinais de que a terra já se encontra perto dos seus limites de capacidade para suportar as espécies vivas e suas ações e maneiras descuidosas para com ela.

O autor ainda comenta que, entre estes sinais estão os diversos problemas ambientais provocados pelas atividades humanas que vêm se agravando ao longo do tempo, sendo que alguns já adquiriram dimensões globais ou planetárias, como a perda da biodiversidade, a redução da camada de ozônio, a contaminação das águas, as mudanças climáticas decorrentes do efeito estufa e outros. O resultado desse quadro caracterizado pela escalada de problemas ambientais de toda ordem, é o comprometimento do próprio futuro da Terra e de todos os seres vivos, não apenas os humanos, é necessário então, que as pessoas e empresas em especial, passem a olhar com maior cuidado, aceitação e afinidade para a sustentabilidade.

De acordo com Vilela Júnior e Demajorovic (2013) a sustentabilidade empresarial é o conjunto de ações que uma dada organização toma, visando o respeito ao meio ambiente e o desenvolvimento sustentável da sociedade. Para que

a empresa seja sustentável, faz-se necessário que a mesma adote atitudes éticas, práticas que visem seu crescimento econômico sem agredir o meio ambiente e paralelamente a isso, para o desenvolvimento da sociedade. Além de respeitar o meio ambiente, a sustentabilidade empresarial possui o poder de mudar, de forma positiva, a imagem da empresa junto a seus colaboradores, com o aumento dos problemas socioambientais nas últimas décadas, os consumidores ficaram mais conscientes e mais exigentes em relação a importância da defesa do meio ambiente.

2.3.1 A sustentabilidade na organização baseada no conhecimento

Conforme Dias (2007) foi durante os últimos 200 anos que o problema ambiental teve um agravamento significativo na terra, principalmente pela intensificação da industrialização sem a preocupação com o meio ambiente, onde o homem aumentou sua capacidade de intervenção perante a natureza sem preocupar-se com a mesma. São visíveis as consequências da não preocupação das empresas com o meio em que estão inseridas, basta analisar a evolução do quadro de contaminação no ar, água e também solo, acompanhado de inúmeros desastres ambientais.

Uma das questões éticas mais delicadas que os administradores enfrentam nos dias atuais, para Karkotli e Aragão (2004) é em relação ao controle da sociedade para/com as atividades que geram agressão ao meio ambiente. As empresas que estão sensíveis a esta realidade têm sua sobrevivência reforçada, pois se verifica uma procura crescente ou preferência por aquelas não apenas voltadas para a produção e lucro, mas que também estejam preocupadas com a solução de problemas mais amplos como a preservação do meio ambiente e o bem estar social.

Diante de todas as consequências que a não preocupação com a sustentabilidade trouxe, surge a necessidade de um movimento que tem como intuito de livrar o planeta de pelo menos parte desta destruição, tornar as empresas mais conscientes de seus atos para com o meio ambiente e assim salvar o mundo de uma futura destruição, além de garantir a existência das empresas em um futuro próximo. Nos dias atuais, essa problemática, a sustentabilidade e a responsabilidade das empresas para com a sociedade, faz parte da maioria dos encontros mundiais

de empresas e vem ganhando força e tornando-se uma preocupação crescente na maioria das organizações que não pretendem ser vilãs da sociedade (DIAS, 2007).

O autor afirma ainda que a partir do século XX a preocupação da organização, diante do tema sustentabilidade, aumenta, tendo como base as condições e a qualidade de vida que os seres humanos passam a ter. Segundo ele, o desenvolvimento sustentável na empresa se baseia na utilização de recursos naturais necessários para determinadas ações da organização, preservando-os para as futuras gerações. Para que esse desenvolvimento seja alcançado, são necessários que três critérios sejam juntamente cumpridos: a igualdade social, cautela ecológica e eficiência econômica. Esses critérios visam estabelecer uma ligação harmônica entre o ser humano, sua empresa e o meio ambiente.

Dias (2007) afirma que, ainda que haja essa preocupação da empresa para com a sociedade em relação às consequências da poluição e má administração de seus recursos ou atividades diárias para com o meio ambiente e por saber que a comunidade é a primeira a sofrer com as consequências, algumas organizações tomam essa iniciativa de tornar seus hábitos mais sustentáveis somente para responder aos órgãos governamentais e não por ter uma postura responsável, uma econômica consciente e uma preocupação social e ambiente verdadeira.

A própria consciência de que os recursos naturais não podem ser explorados indefinida e indiscriminadamente pelas unidades produtivas, faz surgir legislações cada vez mais rigorosas de controle de poluição, de melhoria na qualidade dos produtos, de utilização adequada e responsável dos insumos extraídos da natureza. A sociedade hoje tem preocupações ecológicas, de segurança, de proteção e defesa do consumidor, de defesa dos grupos minoritários, de qualidade dos produtos, que não existiam de forma tão explícita nas últimas décadas. Isso tem pressionado ainda mais as organizações a incorporarem esses valores em seus procedimentos administrativos e operacionais, afirmam Karkotli e Aragão (2004).

Kinlaw (1998, p. 21) defende que " [...] a empresa não é uma questão separada do meio ambiente. É questão central do meio ambiente. A forma como fazemos negócios refletem aquilo em que acreditamos e valorizamos". O desenvolvimento sustentável das empresas pode exercer efeitos imensamente significativos, diante da sua imagem repassada ao mercado pela imprensa e clientes. Todavia, a imagem da empresa pode ser afetada gravemente diante de

situações de problemas decorrentes com o meio ambiente. E logo, a reputação da empresa é importante para o gerenciamento, porque pode ser um instrumento de geração de altos retornos, reações de mercados favoráveis e aceitação pública.

2.3.2 As organizações socialmente responsáveis: características, estruturas e ações

As empresas na concepção de Bacima (2008) são o motor da sociedade. Como consequência de sua atuação, geram empregos, indicam tendências, desenvolvem e qualificam novos produtos, promovem desenvolvimento, possuindo a capacidade de gerar lucros para remunerar seus empregados, fornecedores, clientes, o capital social de seus acionistas e com a capacidade de gerar benefícios para a sociedade em que está inserida. Quando a sustentabilidade é incorporada ao negócio, as empresas encontram um ponto de partida para construírem sua perenidade e seu sucesso no mercado produtivo.

Donaire (1992) chama a atenção para o fato de que esse impulso e preocupação com o meio ambiente não fica limitado apenas às exigências restritas de proteção ambiental, de uma maneira geral vêm a cobrir questões de segurança industrial, proteção ambiental, gestão de desperdícios, conservação de recursos naturais, relações com a sociedade, proteção da saúde. Para que a empresa melhore suas habilidades referentes a sustentabilidade é necessário que a gestão reconsidere seus valores tradicionais, desenvolva novos conceitos para pensar sobre as relações empresa-ambiente e organizar novos cargos administrativos para o ambiente que tenham tal importância quanto os setores mais tradicionais como o de Teoria Organizacional, Marketing, Logística, Finanças, Produção e Recursos Humanos.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2002) afirma que a responsabilidade social empresarial é entendida como relacionamento da organização com todos os grupos de interesse que influenciam ou sofrem impacto pela sua atuação, assim como o respeito ao meio ambiente e o investimento em preocupação e ações sociais. Significa a expansão e evolução da empresa para além somente do seu ambiente interno. A necessidade dessa proteção e preocupação das empresas com o ambiente em que atuam expandiu-se para o mundo todo, criando novos movimentos sociais e uma maior exigência no

lançamento de novos produtos e serviços e também na revisão de seus já existentes processos de produção.

Afirmam ainda, que uma organização que tenha interesse em tornar-se sustentável investe em tecnologias que não poluam, recicla seus lixos e materiais utilizados, implanta auditorias verdes, mantém um bom e ético relacionamento com órgãos de fiscalização ambiental, procura executar internamente com integrantes da empresa um processo de educação ou reeducação ambiental, diminui a máximo o impacto no ambiente de resíduos produzidos. Essa sustentabilidade empresarial começa a demonstrar resultado quando as organizações percebem que a sociedade em que ela está inserida está se desenvolvendo com a preservação do meio ambiente, quando você vê resultado satisfatório e elogios sobre os investimentos feitos em seu ambiente de trabalho que diminuem a poluição para com o meio ambiente.

Kinlaw (1998) comenta que as organizações estão aceitando melhor o fato de que a responsabilidade socioambiental é uma condição do prosseguimento de suas operações e de sua competitividade. Elas não estão praticando a gestão ambiental apenas por força de regulamentos e leis, elas estão indo além daquilo que é exigido por lei. Estão desenvolvendo novos processos de produção, livre de emissões químicas que poluem o ar e destroem o meio ambiente. Estão mudando as embalagens de seus produtos para reduzir o desperdício e o custo do material descartado com que arcam seus clientes. Estão recuperando e reutilizando seus próprios resíduos e produtos secundários, por meio de uma variedade de programas de reciclagem de papel, produtos químicos, plástico, água e outros.

De acordo com o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2002) a organização tem relação com vários grupos de seu interesse como público interno, fornecedores, clientes, comunidade, governo, sociedade e seus concorrentes, sua responsabilidade é para com todos esses grupos e seus objetivos precisam ser estabelecidos de uma forma que vá atender e satisfazê-los.

Kinlaw (1998) aponta que a obtenção de qualidade em produtos e serviços implica em tudo aquilo que a empresa faz. É relevante que as organizações mais e mais estejam dispostas a perceber que não podem atingir total qualidade se lançarem poluentes tóxicos e/ou elementos químicos e ácidos no sistema em que estão inseridas, da mesma forma e proporção que não podem atingir a qualidade

total se não tratarem adequadamente sua sociedade e o ambiente que estão inseridas, e não responderem às necessidades específicas do seu público alvo.

É importante a consciência de que as ações realizadas pela empresa contribuem e muito para o desenvolvimento sustentável mundial. Essas ações definirão se há ou não garantias de responsabilidade para com a sociedade em que estão inseridas e com o meio ambiente em que operam atualmente e poderão atuar no futuro (DONAIRE, 1999).

Karkotli e Aragão (2004) ressaltam que as empresas modernas encontram-se inseridas na comunidade e que atuam, antes bastavam-lhe ter como objetivos o aumento da produtividade e a maximização dos lucros. Atualmente, sua realidade engloba, além dos proprietários, dirigentes e trabalhadores, ações que correspondem às responsabilidades de que está investida, dentre as quais a qualidade intrínseca de seus produtos e as consequências de sua utilização, o padrão dos serviços prestados, proteção e principalmente a preservação do meio ambiente bem como os efeitos diretos de sua atividade sobre o bem estar da comunidade.

2.3.3 As dimensões do desenvolvimento social sustentável

O Instituto Ethos de Empresa e Responsabilidade Social (2002) ressalta que as adoções de algumas atitudes sustentáveis e algumas mudanças em seu comportamento podem trazer inúmeros benefícios não somente para a sociedade e o meio ambiente, mas também para ela mesma. É importante que a empresa saiba alinhar todos os seus objetivos e metas tradicionais, como seu crescimento e lucro à responsabilidade social. O uso dessa sustentabilidade empresarial como forma de obter benefícios para a própria empresa é ao mesmo tempo uma oportunidade de promover o bem estar da sociedade agregando valores para a empresa, não podendo ser colocado em segundo plano, correndo risco de obter problemas financeiros e até mesmo comprometer sua existência e a atuação positiva para com a sociedade.

Paiva (2003) comenta que a empresa passa uma imagem diferente e cria uma concepção melhor perante a opinião pública, quando valoriza sua relação com o meio ambiente, com a sociedade. Afirma que a imagem da empresa tem

conotação diferenciada na sociedade assim como gera manutenção de seus atuais clientes e a atração, o respeito e a admiração de novos clientes.

É do ambiente que as empresas obtêm os seus recursos e informações necessárias para seu funcionamento, e é nele que colocam o resultado de suas operações. Na medida em que vão ocorrendo mudanças no meio ambiente, as ações das organizações são influenciadas por estas mudanças. Sendo assim, o ambiente precisa estar em sintonia com um número maior de variáveis, dentre as quais estão as demandas empresariais não apenas de acionistas, dirigentes e trabalhadores, mas de uma variedade de grupos e indivíduos com os quais a organização mantém algum tipo de relação (KARKOTLI; ARAGÃO (2004).

A responsabilidade social das empresas não se restringe à organização, mas também envolve toda a sua área de influência e cadeia produtiva, caracterizando-se como um modo de a empresa ser competitiva, conquistar e ampliar seu mercado, mesmo porque não pode ser destacada como uma ação caridosa ou como uma filantropia isolada, motivada por um sentimento de culpa oriundo da utilização de recursos da sociedade, mas sim, alinhada aos objetivos da empresa, que devem contemplar a responsabilidade social, afirma o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2002).

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2002) afirma ainda, que a correta prática da responsabilidade social pode melhorar o desempenho e a sustentabilidade a médio e longo prazo da empresa, proporcionando valor agregado à imagem corporativa da empresa, motivação do público interno, posição influente nas decisões de compras, vantagem competitiva, facilidade no acesso ao capital e financiamento, influência positiva na cadeia produtiva, reconhecimento dos dirigentes como líderes empresariais e melhoria no clima organizacional, dentre outros.

O Brasil e o mundo vêm dando um enorme passo na direção do desenvolvimento sustentável nas empresas. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) possui a ferramenta do Índice de Sustentabilidade Empresarial, criada em 2005 tendo como missão induzir as empresas a adotarem as melhores práticas de sustentabilidade empresarial e apoiar os investidores na tomada de decisão de investimentos socialmente responsáveis. Segundo dados do IBGE e do ISE (2012), em publicação de indicadores de desenvolvimento sustentável, dos 62

itens que compõe o estudo, ocorrem avanços favoráveis em quase metade dos itens que abrangem quatro áreas: ambiental, social, econômica e inconstitucional.

Quando a empresa se preocupa com as questões ambientais e do bem estar social, aumentam suas chances de sobrevivência futura, pois a sociedade desenvolve uma imagem positiva em relação a esse tipo de organização, uma imagem de que a empresa que é amiga da sociedade e que além de abastecê-la com seus produtos ou serviços, ainda cuida da mesma (KARKOTLI; ARAGÃO, 2004).

A humanidade, a cada dia que passa, torna-se um pouco mais consciente de que a sobrevivência da espécie no planeta depende do uso racional dos recursos naturais, renováveis ou não, da conservação e preservação da biodiversidade, da reciclagem das matérias-primas, da redução intensa do impacto humano sobre os recursos naturais. De acordo com o IBGE (2012) as empresas de reciclagem e o trabalho de catadores contribuíram praticamente para universalizar a reciclagem do alumínio no país, nível considerado alto quando comparado até com países desenvolvidos. Para o restante dos materiais, com exceção das embalagens longa vida, os índices de reciclagem viriam de 35% a 50%. Caso das garrafas de Politereftalato de etileno (PET; é um polímero termoplástico) que meados da década de 90 a 2009, ampliaram sua participação no setor, praticamente 50% das embalagens são recicladas.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2002) aponta que empresários e estudiosos da ciência da Administração alertam que quem não se adequar a trabalhar pela e com a sociedade não sobreviverá futuramente.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para Magalhães (2005) a metodologia faz parte da ciência do conhecimento, pois permite uma análise crítica dos processos de pesquisa, seus procedimentos, valores, formação de ideias, como se escolhe um problema, como se o ataca e como se o explica, nada mais é que o estudo do caminho para a pesquisa. São etapas do estudo, vias para descobrir novos caminhos, ampliar o conhecimento, demonstração dos pontos principais de como o problema foi abordado além de traçar a jornada para os resultados da pesquisa.

Procedimentos metodológicos são então, o conjunto de procedimentos, protocolos, padrões, regras, normas, caminhos, operações mentais e técnicas que permitem o acesso ao conhecimento científico e seus posteriores compartilhamentos. Assim, os procedimentos metodológicos são a via de acesso a resultados cientificamente válidos. O principal objetivo da metodologia, tomada como ciência, é explicar quais os caminhos utilizados e utilizáveis para fazer ciência, afirmam Gonçalves e Meirelles (2004).

É neste capítulo que se define as etapas para a realização da pesquisa de acordo com os objetivos traçados no início da monografia, comenta Roesch (1999).

A seguir, serão apresentados o delineamento da pesquisa, definição da população-alvo, técnica de coleta de dados e técnica de análise de dados.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

De acordo com Vianna (2001) é neste capítulo que se define o tipo da pesquisa quanto a seus fins e meios de investigação com intuito de chegar aos objetivos do estudo.

O presente trabalho caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa quanto aos fins de investigação, um método não estatístico que identifica e analisa dados de um determinado grupo de indivíduos diante de um problema específico. A pesquisa qualitativa e seus métodos de coleta e análise de dados são apropriados para captar a perspectiva dos entrevistados por dados não mensuráveis, que são

sentimentos, sensações, percepções pensamentos, intenções, entendimentos e significados. Proporciona uma compreensão do contexto do problema, é um método indutivo para entender por que o indivíduo age como age, pensa como pensa ou mesmo sente como sente, as respostas são geradas pela abordagem qualitativa (ROESCH, 1999).

E quanto aos meios de investigação trata-se de uma pesquisa bibliográfica e de campo. A pesquisa bibliográfica abrange leituras, análises e interpretações de livros, periódicos, documentos, imagens dentre outros e se faz presente em praticamente todas as etapas da pesquisa sem trazer a tona algo que ainda não tenha sido visto, mas mantendo a autenticidade de certos pensamentos e possibilitando o surgimento de novos (SANTOS, 2002).

Fez-se necessário a utilização de pesquisa bibliográfica para ampliar o conhecimento sobre o tema abordado e interligar com os objetivos da pesquisa, assim foi possível tornar mais intensa as idéias a respeito do tema e ter embasamento para construção da pesquisa.

A pesquisa de campo, segundo Vergara (2010) é realizada de forma empírica, baseia-se em experiências vividas, por meio de entrevistas, questionários, observação e outros instrumentos que resultem de dados primários e do local que o estudo tem como objetivo.

Utilizou-se a pesquisa de campo pela necessidade de uma compreensão mais adequada sobre pensamento dos indivíduos em relação às ações da empresa para/com a contribuição para o desenvolvimento sustentável em três perspectivas diferentes, são elas: ambiental, social e econômica. O contato com os entrevistados tem o objetivo de obter respostas mais aprimoradas que colaborassem para a análise de dados.

A presente pesquisa é classificada como pesquisa acadêmica, que na concepção de Marconi e Lakatos (2008) parte do ponto de que nela encontra-se um problema que se define, examina, avalia, analisa criticamente, e por fim tenta-se dar uma solução. É procurar respostas para certas questões propostas utilizando métodos científicos.

Os autores sustentam ainda que a pesquisa é um procedimento reflexivo sistemático, controlado e crítico, que permite ao pesquisador descobrir novos fatos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo do conhecimento. É, portanto, um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer um

tratamento científico e se constitui no caminho para se conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais.

Quanto a técnica empregada, foi utilizada a documentação direta e indireta. De acordo com Cooper e Schindler (2003) a documentação indireta consiste no levantamento de dados possíveis sobre um determinado assunto, independente das técnicas utilizadas na pesquisa. É a parte da pesquisa que tem o objetivo de recolher informações preliminares sobre o aspecto pelo qual o pesquisador tem interesse e pode ser feito através de pesquisa documental ou bibliográfica. Já a documentação direta, consiste em levantar dados do local em que os fenômenos ocorrem e pode ser desenvolvida através de pesquisa bibliográfica sobre o tema, determinação de técnicas de pesquisa, técnicas de registro e ida ao campo da pesquisa.

Referente a abordagem dos objetivos da pesquisa, é dada como descritiva. Na concepção de Gil (1999) a pesquisa descritiva possui como principal objetivo descrever características de uma determinada população ou de um dado fenômeno ou o estabelecimento de relações entre os dois.

Andrade (2002) afirma que a pesquisa descritiva preocupa-se em observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, e o pesquisador não interfere neles, assim os fenômenos são estudados mas não são manipulados pelo pesquisador.

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA OU POPULAÇÃO-ALVO

A definição da população-alvo determina um conjunto de pessoas, organizações, acontecimentos, objetos ou informações que apresentam características básicas e próprias como sexo, faixa etária, localização entre outras. É a coleção de determinados elementos que possuem informações procuradas pelo pesquisador (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Vianna (2001) afirma que a pesquisa pode incorporar toda uma organização, assim como pode também incluir apenas parte dela. Caso a pesquisa envolva uma população da qual se pretende selecionar algum conteúdo, é necessário que se defina um plano de amostragem.

A pesquisa se utiliza de uma visão de mundo baseada no interpretativismo, que segundo Morgan (1980) é um paradigma que busca

compreender o mundo da mesma forma como ele é apresentado, com intuito de gerar definições que lidem com as relações sociais como ela realmente é, a partir da subjetividade dos fenômenos estudados. Esse paradigma busca a discussão de um mundo social que é criado, vivenciado, construído e fundamentado pelos próprios indivíduos. O interpretativismo além de proporcionar uma visão subjetiva, funda-se nas estruturas sociais e nas construções para definir o conhecimento.

Desta forma, pode-se compreender que, sob a visão de um pesquisador interpretativista, o fenômeno a ser estudado é resultado da coleção de significados que o pesquisador impõe ao fenômeno, moldado pela maneira como ambas as partes se interagem, ambos influenciados pelas estruturas macro, além disso, deve-se considerar que a interpretação ainda deve variar de acordo com o lugar onde o pesquisador e o fenômeno estão inseridos e em qual período de tempo está sendo analisado.

Em função da abordagem qualitativa do problema, a escolha dos entrevistados se deu por acessibilidade, considerando a possibilidade de se construir o conhecimento a partir de uma visão de mundo interpretativista.

Amostra, de acordo com Marconi e Lakatos (2008) é uma parcela selecionada do universo ou população (conjunto de seres que apresentam características em comum) que será subordinada à verificação. É um subconjunto por onde se estabelecem as características desse universo ou população.

Os autores fomentam que a amostragem pode ser dividida em amostragem probabilística e não probabilística. A primeira, por seguir as leis estatísticas, proporciona a expressão da probabilidade matemática, ou seja, de se encontrar na amostra as características da população, permite compensar erros amostrais e outros aspectos relevantes para a representatividade e significância da amostra. Já a segunda, não fazendo uso de formas aleatórias, torna-se impossível a aplicação de fórmulas estatísticas, erro amostral não pode ser estimado, depende de critério e julgamento estabelecido pelo pesquisador para a produção de uma amostra fiel.

A pesquisa apresenta caráter de amostra não probabilística, e segue o tipo de amostragem por acessibilidade. De acordo com Costa Neto (2002) esse tipo de amostragem é menos rigoroso, o pesquisador seleciona os elementos porque são acessíveis ao mesmo tempo, e deduz que sejam significativos.

Malhotra (2006) afirma que esse tipo de amostra funda-se a conveniências do pesquisador, ele seleciona ao que tem acesso, ou seja, o pesquisador se depara com os elementos da pesquisa na hora e no local exato, sendo uma amostragem rápida, acessível, porém limitada. O autor aponta que é necessário cautela para interpretar os resultados da pesquisa com estas características.

Faz-se uso da amostragem não probabilística por ser mais rápida diante do limitado tempo para a pesquisa, pela simplicidade, por ser menos onerosa e pela impossibilidade de obterem amostras probabilísticas como seria desejável. A amostragem por acessibilidade foi selecionada por sua conveniência, também pela velocidade, diante do tempo estabelecido para pesquisa, e por apresentar baixo custo. A pesquisa foi aplicada a três pessoas: o dono da empresa, um funcionário e um cliente, que foi selecionado pelo tempo em que conhece a empresa e se relaciona com ela.

3.3 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

Toda pesquisa implica em levantamento de dados de diversas fontes, quaisquer que sejam os métodos ou técnicas empregadas. Esse material é útil não só por trazer conhecimentos, como também para evitar esforços desnecessários. É a fase da pesquisa realizada com a intenção de recolher algumas informações prévias sobre o campo de interesse (MARCONI; LAKATOS, 2008).

Com base na metodologia de pesquisa utilizada até então, analisa-se que o estudo utilizou-se do plano de coleta de dados primários, pois a coleta foi feita em primeira mão pelo pesquisador com a empresa e relacionados, e de pesquisa bibliográfica que teve a finalidade de colocar o pesquisador em contato direto com tudo que foi escrito, dito ou filmado sobre a construção de práticas de sustentabilidade.

Roesch (1999) afirma que na coleta de dados primários a população é examinada por meio de instrumentos como entrevistas, questionários e observação, tende a ser mais precisa e são coletados com o intuito de atender às necessidades específicas da pesquisa para depois serem avaliados, analisados e formarem um caminho para a conclusão da pesquisa.

As técnicas de coleta de dados para uma pesquisa podem se distinguir em dois conceitos, quantitativa, usando a investigação se dá por análise numérica, ou qualitativa, quando os elementos são descritivos através da observação, entrevistas, fotografias entre outros (VIANNA, 2001).

Para a técnica de coleta de dados utilizada nesse estudo, a qualitativa, Godoi, Bandeira-Mello e Silva (2006) afirmam que a entrevista é uma técnica muito utilizada como forma de investigação em que há necessidade de presença de pelo menos duas pessoas, o entrevistador e o entrevistado, onde a expectativa da participação é explícita: obter informações a respeito de um determinado assunto mediante uma pessoa.

Os autores comentam ainda que há três modalidades principais de uma entrevista qualitativa: a entrevista convencional livre em torno do tema, onde as perguntas surgem em um curso natural, sem previsão de perguntas; a entrevista baseada em roteiro, onde é preparado um roteiro para as perguntas e a entrevista padronizada aberta em que há uma lista de perguntas porém a resposta é aberta.

Marconi e Lakatos (2008) afirmam que a entrevista é um procedimento utilizado na investigação social para a coleta de dados ou para ajudar em um diagnóstico ou tratamento de um problema social. Para os autores, existem três tipos de entrevistas que variam de acordo com a necessidade do entrevistador, são elas: padronizada, onde o entrevistador segue um roteiro pré estabelecido; despadronizada, em que o entrevistado tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção e painel onde as perguntas são repetidas de tempo em tempo para as mesmas pessoas

Desta forma, a entrevista aplicada teve caráter semiestruturado, seguindo um roteiro, feita diretamente aos entrevistados contemplando os seguintes aspectos referentes à uma empresa de reciclagem: sua contribuição sustentável nas perspectivas ambiental, social e econômica.

O roteiro da entrevista, presente no apêndice B, foi elaborado tendo como base os objetivos da pesquisa. Para primeira etapa da entrevista buscou-se analisar qual a percepção dos entrevistados em relação à perspectiva ambiental da empresa diante de suas atividades e a consequências das mesmas a nível local e a nível global. A segunda e a terceira parte da entrevista seguiram no mesmo caminho que a primeira, mudando apenas os aspectos pesquisados de ambiental para social,

qual o impacto da empresa positivamente a nível local e global, e economicamente qual a influências dessa organização na visão dos entrevistados.

3.4 TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS

Entre os elementos que compõem um procedimento de uma pesquisa está a técnica de análise de dados, considerada uma técnica que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema que visa obter por um ou mais procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou qualitativos) que permitam interferência de conhecimentos relativos às condições de produção destas mensagens, afirma Vergara (2010).

Na pesquisa de caráter qualitativo, o pesquisador, ao encerrar sua coleta de dados, se depara com uma grande quantidade de notas de pesquisa ou depoimentos, que se materializam em forma de textos, os quais terá que organizar para depois interpretar (ROESCH, 1999).

Nesse sentido, o presente estudo possui uma abordagem qualitativa, sem a utilização de um tratamento especificamente estatístico, portanto, técnica de análise de dados se dá por análise de conteúdo, através de entrevistas.

Roesch (1999) sustenta ainda, a ideia de que as entrevistas permitem ao pesquisador captar o nível de emoção dos entrevistados, a maneira como organizam o mundo, seus pensamentos sobre o que está acontecendo, suas experiências e percepções básicas.

A análise dos dados, por análise de conteúdo através de entrevistas permitiu, diante da grande quantidade de informações, interpretar, compreender e capturar as perspectivas e opiniões dos entrevistados.

3.4 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

O estudo realizado apresentou limitações importantes no que se refere ao tempo determinado para aprofundar as pesquisas, tendo em vista eu o nício das atividades de graduação aconteceu no mês de fevereiro e o prazo determinado para primeira entrega e correção da monografia, aconteceu em Maio, estima-se que se teve aproximadamente três meses para a conclusão da pesquisa, tempo

relativamente curto para tornar a pesquisa um tanto quanto mais completa e aprofundada como desejado.

Devido ao curto tempo para aplicação da pesquisa, houve também uma limitação na amostra, optando pela amostra não probabilística pela sua rápida aplicação e simplicidade, visto que seria impossível realizar uma pesquisa grandiosa com amostras probabilísticas que atendessem ao objetivo em um curto período de tempo.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo apresenta os resultados obtidos por meio da coleta de dados que se deu através de entrevistas junto aos indivíduos que possuem contato direto ou indireto com a empresa.

As entrevistas foram feitas pessoalmente quando houve disponibilidade dos entrevistados respondentes. A entrevista foi feita com três indivíduos no objetivo de captar respostas e percepções diferentes de cada um, sendo um deles o dono da empresa, um funcionário e um cliente da organização.

4.1 A EMPRESA COMO OBJETO DE ESTUDO: CARACTERIZAÇÃO E DESAFIOS EM SEU SEGMENTO DE ATIVIDADE

A empresa atua na reciclagem de materiais plásticos há mais de 10 anos na região de Criciúma, SC. A reciclagem, portanto, é caracterizada como um conjunto de técnicas que possuem por finalidade aproveitar detritos e reutilizá-los no ciclo de produção de que saíram. Sendo o resultado de uma série de atividades, pelas quais materiais que se tornaram lixo, são desviados, coletados, separados e processados para serem usados como matéria-prima na produção de novos produtos.

A organização conta atualmente com cerca de 32 colaboradores na parte industrial, tratamento dos materiais a serem reciclados e produção da matéria prima, e 3 motoristas de caminhões.

Ao olhar do dono da organização o primeiro grande desafio de toda pequena empresa é se tornar um empreendimento formal, com todos os documentos e licenças necessárias para sua operação. Em seguida, relata que a

capacidade de atender todos seus clientes e colocar-se no mercado de uma maneira competitiva, sempre à frente de seus concorrentes, visto que no ramo da reciclagem a concorrência, principalmente por preço, é muito alta, também é um desafio muito grande.

O mesmo relata que outra grande dificuldade em seu segmento empresa é saber lidar com tanta nova tecnologia, é necessário se adaptar à estas para manter-se sempre à frente no mercado, estar por dentro de novos modelos de máquinas, utilização de plásticos para diferentes produtos, criação dentre outros.

É importante que a economia humana seja capaz de suprir as necessidades presentes sem que coloque em risco a capacidade de sobrevivência de futuras gerações, para que estas venham a atender suas próprias necessidades. O dono da empresa fomenta que talvez esse seja o maior desafio da organização, repassar à sociedade a importância de reciclar, reutilizar e reduzir os materiais fazendo com que essa ação tome conta do dia a dia das pessoas como uma atitude rotineira e que nunca deixe de fazer parte do cotidiano da sociedade.

Já seu funcionário, parte da ideia de que o maior desafio da empresa está em se adaptar as mudanças que vem ocorrendo em toda a sociedade constantemente, e adaptar estas mudanças a organização, sua produção e seus funcionários, mantendo sua econômica estável a ponto de sobreviver a tudo que vem acontecendo recentemente.

Um cliente da organização analisa que um de seus maiores desafios hoje é conciliar os quatro pilares ditos essenciais para a sobrevivência de uma empresa: corresponder à necessidade da sociedade, fazendo sua parte com o meio ambiente, estando de acordo com a economia em relação a seus preços, sua contribuição com o governo e conseguir lucrar para manter seu negócio aberto no mercado.

Se tratando de uma empresa de reciclagem, o mesmo reforça que há ainda uma preocupação da empresa para com os agentes que se envolvem com ela, pessoas que frequentemente coletam resíduos e fornecem à empresa, retirando do meio ambiente e dando destino final, ou seja, exige uma responsabilidade da empresa perante as pessoas que também se manifestam para colaborarem com o objetivo final da organização, sendo que esta serve de exemplo para a prática de boas atitudes diante do caos que viemos enfrentando com o meio ambiente e sua poluição.

O cliente ainda destaca que também é um desafio estar sempre investindo no aperfeiçoamento e nas ações de seus colaboradores, visando a busca pela sustentabilidade não somente dentro da empresa, mas também que estes funcionários pratiquem a ação fora da organização como um ato de responsabilidade e cuidados para com o meio ambiente e toda a sociedade.

Os desafios que estão por vir podem ser mais graves que muitas mudanças que ocorreram no século passado, e para que as empresas estejam preparadas é necessário que estas aprimorem o conceito de educação, a finalidade dela, os valores, e ter maior e melhor conhecimento de sua qualidade e produtividade, no propósito de melhor gerenciá-la e conseguir enfrentar os desafios de seu segmento (DRUCKER, 2001).

4.2 OS MECANISMOS DE REGULAÇÃO QUE INCENTIVAM AS AÇÕES SUSTENTÁVEIS

A visão dos três indivíduos neste quesito foi muito parecida, ambos relataram que há diversos mecanismos de regulação que hoje incentivam a prática da sustentabilidade como os subsídios, incentivos fiscais, a tributação verde, fundos de investimento e programas do Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES). São medidas tomadas a fim de que as empresas tornem suas atividades mais sustentáveis, porém são incentivos mais voltados aos gases poluentes, energias alternativas, incentivo a energias renováveis e algumas modalidades agrícolas. Incentivos para a prática da reciclagem, ainda são escassos.

Porém o dono da empresa destaca que as prefeituras veem adotando algumas práticas que incentivam a reciclagem, como os cestos de lixos espalhados pelas cidades, denominando o que cada um recebe de resíduo (plástico, papel e vidro) e as coletas semanais, que incentiva os moradores a separar seus lixos dentro de casa, colaborando para o destino final de cada um, conforme sua necessidade. Assim como alguns supermercados que vem cobrando pelas bolsas plásticas a fim de que as pessoas adotem as sacolas sustentáveis, feitas de tecido que podem ser utilizadas por muito mais tempo, diferente das plásticas que são jogadas fora assim que não mais utilizadas. O mesmo afirma que não são medidas de incentivos diretamente monetários, mas que tentam converter as ações do ser humano para uma preocupação maior com o meio ambiente, reeducando

determinadas práticas antigas, o que faz com que a sociedade colabore e caminhe para um mundo mais sustentável.

Seu funcionário ainda relata que existem medidas de certificações socioambientais, como a ISO 9001 de gestão ambiental, SA800 de responsabilidade social, OHSAS de segurança e saúde operacional dentre outras que podem fazer com que a empresa fique a frente de tantas outras pelo fato de ser mais bem vista pela sociedade, fazendo com que a concorrência também vá a procura de medidas de auto regulação para tornarem-se sustentáveis e alcançar determinado patamar diante da sociedade. Ou seja, segundo ele, seria uma forma de, diante das certificações, a empresa incentivar outras a também se tornarem sustentáveis.

4.3 PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE APLICADAS À ORGANIZAÇÃO: UM RELATO A PARTIR DA VISÃO DE MUNDO DOS ENTREVISTADOS

4.3.1 Nível ambiental

A empresa vem observando que, por mais que o contexto de sustentabilidade esteja se tornando cada vez mais popular, é notável também os crescentes problemas ambientais derivados do mal direcionamento de resíduos das indústrias, empresas e até mesmo do indivíduo como ser humano. Poluição nos ares, rios transbordando de lixos, perda de animais nos mares devido os lixos descartados no mesmo dentre tantos outros problemas derivados da falta de instrução para determinados resíduos, ou mesmo da falta de um pouco mais de educação e consciência das pessoas para com o meio ambiente, afirma empresário. A empresa tem o intuito de reduzir ao máximo, conforme sua capacidade, estes resíduos plásticos descartados no meio ambiente, transformando-os em materiais reciclados e prontos para a produção de outros produtos finais, informa o proprietário da organização.

Ainda na percepção do proprietário, diante do modo como os níveis operacionais são orientados quanto a eficiência na utilização de recursos que estão diretamente relacionados com a sustentabilidade se encaixam com a de seu funcionário, ambos declaram que seus funcionários recebem orientações assim que entram para empresa de como atuar em sua função, cuidados com o bom

aproveitamento dos materiais, manejo das máquinas para diminuir, sempre que possível, o consumo de energia, produtos e processos que podem ser reutilizados, como descartar os que não podem mais ser utilizados, dentre outros.

O funcionário apresentou praticamente a mesma percepção que o proprietário da empresa na visão a nível ambiental do negócio.

Já sob a visão de seu cliente, a empresa está inserida em um ramo que requer toda e qualquer análise de ações relativas ao meio ambiente. Se tratando de uma empresa de reciclagem, a mesma retira do ambiente, resíduos que de certa forma possam afetá-lo e que tragam malefícios a sociedade, transformando-os em matérias prima para produção de produtos que possam atender a necessidade da sociedade, ou seja, revertendo toda a situação. Todo lixo plástico que poderia ser entregue ao meio ambiente demorando anos para se deteriorar e poluindo-o, é coletado pela empresa, na medida do possível, fazendo com que diminuam as quantidades de materiais de possível reciclagem jogados ao ambiente, segundo cliente a empresa é uma *eco-friendly*.

O cliente comenta ainda que toda a equipe é orientada e treinada para a eficiência da utilização de seus recursos não somente dentro da empresa, mas também fora, através de orientações da gerência referente ao gasto de água, econômica de energia e mantendo seus funcionários informados sobre as questões de sustentabilidade, dando suporte sempre que necessário.

O cliente comenta referente ao impacto ambiental, que a empresa possui impacto de caráter apenas positivo, pois a organização retira os resíduos que poderiam ser jogados ao meio e que possam poluir o meio ambiente transformando-os em matéria prima para novos produtos de acordo com a sua capacidade. Desta forma, a empresa apenas colabora para que menos resíduos sejam deixados ao meio, tornando possível a colaboração para desastres ambientais, aquecimento global dentre outras alterações.

As organizações estão reavaliando seus métodos de embalagem, a reciclabilidade dos produtos, ações de segurança ambiental, ampliando o desenvolvimento e a responsabilidade pelos produtos ou serviços que produz ou presta, políticas e em atender os direitos humanos (ROBBINS, 2003).

4.3.2 Nível econômico

Para manter seus preços acessíveis a seu público, na visão do proprietário da empresa e do funcionário, primeiramente é controlando custos fixos, e depois é necessário que a empresa saiba negociar o custo com seus fornecedores ao longo tempo, mantendo assim uma boa margem de lucro que influenciará diretamente no preço do produto a ser vendido, sempre que for possível acordar uma boa negociação com seus fornecedores, a organização poderá refletir (abater) isso em seu preço de venda, tornando-o muitas vezes mais acessível e assim, conquista a fidelidade de seus clientes. Lembrem que, como em toda empresa, o preço do produto final não depende exclusivamente da decisão dos gestores e sim de muitos fatores externos que podem influenciar, alguns destes vêm em momentos, fases que a empresa não pode deixar de reconhecer e infelizmente ajustar o preço da sua mercadoria à realidade que está sendo vivida.

O representante da empresa afirma que a competitividade dos produtos no exterior é cada vez maior, conseqüentemente o consumo de produtos é também de grande significância, mas hoje em dia as pessoas já estão mais cientes sobre o que vem ocorrendo no mundo todo, e sabem que é necessária a implementação de práticas de sustentabilidade. Portanto, diferente do Brasil, o comércio internacional já oferece muitos bens e serviços com preços mais acessíveis e algumas metodologias de produção mais eficientes que diminuem os custos, geram riquezas e bem estar para a sociedade, o que os coloca a frente dos negócios brasileiros mostrando-nos que ainda é preciso caminhar muito no quesito sustentabilidade.

A visão do dono da empresa em relação a sua posição perante seu equilíbrio fiscal é a mesma que de seu funcionário e seu cliente, ambos afirmaram que é importante que organização seja idônea, que quite corretamente todas as suas obrigações com o governo, sempre buscando uma maior produção que refletirá em bons lucros e conseqüentemente na quitação de suas obrigações fiscais.

As percepções do proprietário da empresa e de um de seus funcionários para manter um equilíbrio entre os níveis de produção e as atividades dos colaboradores coincidem mais uma vez, ambos afirmam que é necessário que a empresa, mantenha o uma boa relação patrão funcionários, e tentando estabelecer também uma boa relação entre funcionários e funcionários, estabelecendo um salário compatível à função, em nível de mercado e criar um clima harmonioso

dentro da organização a fim de que seus colaboradores mantenham suas atividades, mantenham o nível de produção e junto a isso se sintam confortáveis dentro da empresa e de sua demanda de trabalho.

Seu funcionário acredita que o comércio internacional pode influenciar e muito no ramo do negócio. Traz-nos à tona, a lembrança de um fato comovente que foi o encontro de toneladas de lixo hospitalar espanhol há poucos anos atrás. O mesmo afirma que mesmo não sendo lixo plástico, demonstra a falta de redirecionamento ou até mesmo de caráter das pessoas em outros países. Afirma que pode ser a grande chance de empresas brasileiras lucrarem com a falta de informação sobre reciclagem de materiais, levando ao exterior a importância disso e todos os impactos positivos que a reciclagem, se feita em grande quantidade, pode trazer ao mundo todo.

Para que a empresa se posicione e mantenha seus preços acessíveis ao seu público, a mesma vem produzindo materiais de excelência que estejam de acordo com a necessidade de cada cliente, entregando os materiais no prazo determinado, o que faz com que possibilite a empresa de manter certo domínio nesse segmento em sua região e fidelize seus clientes. Sempre mantendo seu equilíbrio fiscal em dia, sendo uma empresa idônea, afirma o cliente da empresa.

Referente ao comércio internacional e a econômica, seu cliente acredita que a competitividade não venha a interferir tanto e neste momento no desenvolvimento do negócio da empresa visto que, segundo ele, o comércio internacional ainda está caminhando para a reciclagem de materiais, mas acredita que isso pode ser a viga para o crescimento internacional da organização, avistando como uma oportunidade para expandir seus negócios.

4.3.3 Nível social

A nível social, a empresa colabora gerando novos empregos sempre que possível, o que acarreta numa melhor distribuição de renda, pois a remuneração de todos dentro da empresa é estabelecida de acordo com sua função, não havendo tanta diferenciação, e na diminuição do índice de desemprego na sociedade. É possível ainda, que nos próximos anos a organização venha a gerar novas oportunidades de emprego, visto que sua demanda cresce com o passar do tempo e é necessário de mais colaboradores para que a empresa possa cumprir suas metas diante de seus clientes, sem sobrecarregar os seus funcionários.

Além de a empresa almejar um crescimento nos próximos anos, o que faz com que imagine-se que as pessoas estejam ainda mais conscientizadas e destinem corretamente os resíduos fazendo com que aumente a demanda da empresa e diminua os lixos e impactos no ambiente, a empresa precisará de mais colaboradores, o que implicará na abertura de novas vagas, novos empregos e conseqüentemente, mesmo que de pequena proporção, diminua o desemprego, relata o proprietário da empresa.

Visto que a empresa busca sempre um crescimento no mercado, é inevitável que precise de mais colaboradores o que, conseqüentemente, dá abertura para novos empregos quando necessário. Possibilitando novos entrantes na organização, de certa forma a empresa estará colaborando financeiramente para a vida deste individuo, o que acarreta no acesso deste á bens que, desempregado, não poderia consumir, o que não deixa de ser uma colaboração para a diminuição de tamanha desigualdade social no país, e no mundo comenta o funcionário da organização.

É oferecendo benefícios, informações, auxílio, um bom ambiente de trabalho, motivando seu funcionário, mantendo um bom relacionamento e reconhecimento que a empresa colabora para o aumento na qualidade do nível de vida de seus funcionários. A empresa reconhece o esforço de cada atividade e cada setor da organização e remunera seus funcionários de acordo com isso, o que também não deixa de fazer com que a qualidade de vida dos colaboradores melhore, comente o cliente.

Antigamente, bastava que as organizações tivessem como meta o aumento da produtividade e do lucro, hoje é necessário que as empresas estejam inseridas na comunidade em que atuam, que realizem ações com responsabilidade como a qualidade de seu produto ou serviço e as conseqüências de sua utilização, geração de novos empregos, e sempre promovendo o bem estar da sociedade. Adotando métodos sustentáveis a organização consegue passar um conceito diferente e melhor para o público. (KARKOTLI; ARAGÃO, 2004).

4.4 ALTERNATIVAS DE AÇÃO: SUGESTÃO PARA IMPLEMENTAÇÃO DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

O representante da organização comenta que a nível ambiental, a empresa se utiliza de poço artesiano, filtros de água, exaustores e todo material que puder ser reutilizado dentro da empresa, assim será. Há um controle muito forte em relação aos materiais que não podem ser reciclados, como os usados pelos funcionários sapatos, luvas, aventais e outros, para que não haja consumo excessivo. Todo e qualquer equipamento que puder ser substituído por algo que possa ser reciclado depois, assim o é feito. Parte da empresa é iluminada através de telhas translúcidas que fazendo com que a luz solar a seja utilizada quando possível fim de economizar energia.

Diante da perda da biodiversidade no planeta, a empresa reage fazendo a parte dela, mostrando que é possível dar destinos a materiais que muitas vezes seriam inutilizados por nós novamente. Demonstrando isso a sociedade, é possível que com o tempo, e cada vez mais, as pessoas tomem conhecimento e consciência da importância que vem sendo adotar práticas sustentáveis, fomenta o funcionário.

A empresa pode demonstrar à sociedade que a sustentabilidade é algo a ser praticado por todos igualmente através da conscientização da prática desta. Mostrando a importância da sustentabilidade em diferentes âmbitos e ramos de negócio, valorizando seus colaboradores e a sociedade como um todo. Levando a sustentabilidade para o mundo, disseminando o conhecimento da importância e relevância da mesma nos dias atuais, sugere o funcionário.

Caso haja um momento de reajustes financeiros, a percepção do gestor, de seu funcionário e de seu cliente são muito parecidas. Ambos partem da ideia de que, se esse momento vir a acontecer, é necessário que a empresa consiga manter sua equipe de trabalho para não deixar cair a produção, fidelize seus clientes e se possível, mantenha seu preço ou aumente o mínimo que puder para poder permanecer no mercado de trabalho após esta fase. É necessário sempre valorizar e mostrar a seus funcionários a realidade nacional ou mundial e da empresa, deixar nítido para todos em que caminho está a organização, quais dificuldades vem passando e mostrar que sem seus funcionários é impossível sobreviver a esse momento.

É possível que a empresa dissemine conhecimentos que influenciem na prática da sustentabilidade através de panfletos informativos e educativos, palestras para a sociedade, eventos com intuito de redirecionar um maior número de pessoas à práticas sustentáveis em seus cotidianos, páginas de internet com demonstrativos

que chamem atenção das pessoas em relação aos níveis de reciclagem, quantidade de resíduos que são tirados do meio e transformados em produtos e também, se disponibilizando à sociedade para atender e esclarecer possíveis dúvidas referente ao tema, sugere cliente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da intensa globalização, das grandes quantidades de produção e do avanço na indústria de um modo geral, certos cuidados com o meio ambiente e com a sociedade foram deixados de lado, causando determinados impactos negativos. Nos dias atuais, o planeta vem nos dando sinais claros de que não está conseguindo suportar o ritmo de consumo que nós, seres humanos, imprimimos.

Como habita-se em um ambiente onde tudo que se faz reflete obrigatoriamente em toda parte, as ocorrências ligadas ao meio ambiente e a sociedade levaram a humanidade a repensar a forma de se relacionar com todo o planeta, fomentando uma consciência de que algo precisava mudar.

Há alguns anos surgiu um novo desafio e também uma nova vantagem competitiva para as empresas, a sustentabilidade. A sustentabilidade é equilibrada por três quesitos fundamentais que necessitam estar em equilíbrio no resultado das ações da empresa, são eles: ambiental, social e econômico.

Os conceitos que abrangem a sustentabilidade são muito interessantes, mas o desafio das empresas é saber como incorporá-los ao dia a dia de seus negócios. Durante algum tempo a sustentabilidade foi vista como algo caro, que servia apenas para grandes empresas, porém essas ideias não são válidas. Micro, pequenas e médias empresas podem competir acirradamente por estarem preparados e conseguir atender as demandas dos mercados por uma produção mais limpa e socialmente justa, muitas vezes mais bem preparada que grandes empresas.

Existem muitos ganhos em trabalhar dentro dos princípios de sustentabilidade, é necessário apenas compreender onde os conceitos estão inseridos dentro do seu negócio. Em relação a ganhos ambientais diretos, é possível que haja ganhos na economia de matéria prima, de energia, de água, nos processos de produção, no descarte adequado dos resíduos produzidos.

No quesito social, pode haver ganhos em relação a ética com seus consumidores e fornecedores, participando de forma cidadã nas comunidades que são impactadas por seu negócio, conscientizando seus colaboradores e a sociedade a boa utilização dos produtos e serviços, e informando-os de possíveis reutilizações ou reciclagens, atualizando a publicidade não apenas para vender o produto ou serviço mas também para reforçar as boas práticas e a cidadania.

E no quesito econômico, compreendendo que a empresa não vive apenas pra gerar lucro, mas que também é uma organização que faz parte da qualidade de vida dos gestores, famílias e comunidades envolvidas em suas ações direta ou indiretamente.

Infelizmente, é reconhecível que a sustentabilidade empresarial ainda não é assunto primordial dentro de uma organização. Cabe aos consumidores, elevar o nível de pressão sobre as empresas em relação as suas ações e produtos perante o meio ambiente, a sociedade e a economia.

O paradigma da sustentabilidade exige uma ação conjunta e coordenada. Isso passa pela participação dos cidadãos, empresas e governos. É para o caso das empresas, que esta pesquisa foi direcionada, buscando avaliar as ações desenvolvidas pela empresa que contribuem para o desenvolvimento sustentável ambiental, social e econômico.

Analisado o primeiro objetivo específico do estudo que foi caracterizar a empresa, seus desafios e contribuições no segmento de atuação, verificou-se que a organização que atua no ramo da reciclagem há mais de 10 anos enfrenta ainda muitos desafios referente à coordenação das três áreas da sustentabilidade, ambiental, social e econômica, a percepção diante da pesquisa é que conciliar as três áreas vem sendo uma tarefa um tanto quanto difícil, porém a empresa não deixa a desejar, diante dos dados, a mesma vem sempre procurando administrar as três áreas na medida do possível, contribuindo para a diminuição de resíduos no ambiente, o desenvolvimento social e arcando com suas despesas econômicas corretamente.

Com relação ao segundo objetivo específico, identificar as práticas de regulação que incentivam as ações de sustentabilidade dentro da empresa, foi possível perceber que para o ramo da empresa, reciclagem, foi possível identificar que há um leque de possibilidades para que as empresas tendam para o lado sustentável, há ainda pouco incentivo para as empresas de reciclagem, porem já há práticas que incentivem a sustentabilidade em outras áreas mais voltados para empresas que emitem gases poluentes, que geram grande consumo de energia entre outras.

O terceiro objetivo, apresentar práticas que melhor se adéquem a questão ambiental, social e econômica, foi possível identificar que a empresa possui em cada quesito pelo menos uma ação que leve a pratica da sustentabilidade.

Ambientalmente, a empresa recolhe do meio o que poderia estar contribuindo para uma poluição por muitos anos e transforma em matéria prima para produção de outros bens; socialmente, incentiva seus colaboradores em práticas sustentáveis, gera empresa e tem intuito de contribuir ainda mais para diminuir o índice de desemprego possibilitando a geração de futuras vagas de emprego; e economicamente foi possível perceber que a empresa está de acordo com suas obrigações perante o governo e faz o possível para manter se preço acessível ao mercado.

O quarto objetivo, sugerir alternativas de ação para implementação dessas práticas, pode-se perceber através da perspectiva dos entrevistados que é possível ainda implementar muitas ações para que a empresa continue no caminho e amplie a busca pela sustentabilidade, principalmente através de eventos que venham a abranger um maior número de pessoas com o intuito de disseminar o conhecimento da sustentabilidade, seus benefícios e como sua prática pode ser mais simples do que muitas pessoas possam imaginar e suspeitar a respeito da sustentabilidade.

Conclui-se, que o tema é bastante relevante para muitos profissionais de diversas áreas, empresários, sociedade de modo geral, assim como para acadêmicos que buscam informações e especializações a respeito do tema. Com o tempo a sustentabilidade se torna cada vez mais “popular”, entretanto poderia estar sendo bem mais utilizada por um número maior de empresas, visto que mesmo com algumas organizações se adaptando a uma gestão mais sustentável, ainda há um longo caminho a se percorrer para tornar essas ações universalizadas.

5.1 CARACTERIZAÇÃO DO ALCANCE DOS OBJETIVOS

Ambos objetivos (a,b,c e d) foram alcançados através da entrevista direta com os indivíduos.

O objetivo a e b foram atingidos com as respostas dos 3 entrevistados: proprietário, um funcionário e um cliente, onde caracterizaram a empresa, seus desafios e suas contribuições no segmento em que atua, reciclagem plástica, e algumas medidas de regulação que incentivam as ações de sustentabilidade dentro da empresa, que foram apresentadas nos resultados.

Já os objetivos c e d, também foram alcançados de acordo com as respostas dos entrevistados, onde apresentaram práticas que melhor se adequariam

as questões ambiental, social e econômica da empresa como orientar os níveis operacionais de acordo com a eficiência na utilização dos recursos, retirando do ambiente resíduos que poderiam afeta-lo e transformando-os em matéria prima, manter seus preços acessíveis no quesito economia, controlando custos fixos, estando em dia com suas obrigações fiscais, gerando novos empregos e dentre outras sugestões apresentadas pelo proprietário, por um de seus funcionários e um de seus clientes. E sugeriram algumas alternativas de ações para a implementação destas práticas, como preparar seus funcionários e clientes caso haja um reajuste financeiro, fidelizando seus clientes, manter preço de acordo com mercado, valorizar seus funcionários disseminar conhecimentos da prática da sustentabilidade, demonstrar para a sociedade a importância de ser sustentável, investir em publicações como panfletos, eventos sociais, paginas de internet e outras sugestões para a implementação das práticas sustentáveis propostas pelos entrevistados.

5.2 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

A pesquisa limitou-se exclusivamente a uma empresa da cidade de Criciúma- SC, portanto percebe-se a viabilidade de estudos em outras empresas, de outros segmentos ou até mesmo de mais de uma empresa de mais de um segmento e em uma área maior do estado.

Como proposta para estudos futuros a partir deste tema, recomenda-se uma pesquisa em mais de uma empresa, de diferentes ramos e regiões do estado, bem como uma análise a nível brasileiro da situação das ações sustentáveis nas empresas nos dias atuais.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós graduação**: noções práticas. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 144 p.

ANSOFF, H. Igor; MCDONNELL, Edward J.; SANVICENTE, Antônio Zoratto; PLONSKY, Guilherme Ary. **Implantando a administração estratégica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1993. 590 p.

BACIMA, Rosangela. **Seispassos para tornar sua empresa sustentável**. Rio de Janeiro, Maio de 2008. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/seis-passos-para-tornar-sua-empresa-sustentavel/23240/>>. Acesso em: 18 Out. 2014.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. São Paulo: Saraiva, 2004. 328 p.

BASSETTO, Benedita Josepetti. Gestão do conhecimento como diferencial competitivo nas organizações. 2011. Disponível em: <<http://www.uninove.br/marketing/sites/publicacaofmr/pdf/adm/AOADM05A.pdf>>. Acesso em: 11 Abr. 2015.

CASTRO, José Henrique Motta de; KILIMNK, Zélia Miranda; SANT'ANNA, Anderson de Souza. **Modernidade organizacional em gestão de pessoas como base para incorporação de modelo de gestão por competências**. Jan./Abr. 2008. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_688.pdf>. Acesso em: 4 Abr. 2015.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre. Bookman, 2003. 640 p.

COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira. **Estatística**. 2. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2002. 266 p.

D'ARIENZO, Carlos Cesar. Administração, ciência? (I). Rio de Janeiro. Out. de 2008. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/administracao-ciencia-i/25674/>>. Acesso em: 15 Mar. 2015.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2007. 196 p.

DONAIRE, Denis. **Gestão Ambiental na Empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 169 p.

DONAIRE, Denis. **A interiorização da variável ecológica na organização das empresas industriais**. Tese de livre docência apresentada à faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA). USP. São Paulo, 1992.

DRUCKER, Peter F. **Administrando em tempos de grandes mudanças**. São Paulo: Pioneira, 2001. 230 p.

FLEURY, Afonso Carlos Correa; FLEURY, Maria Tereza Leme. **Estratégias empresariais e formação de competências**: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004. 155 p.

FLEURY, Maria Tereza Leme; JR, Moacir de Miranda Oliveira. **Gestão Estratégica do Conhecimento**: integrando aprendizagem, conhecimento e competências. São Paulo: Atlas, 2001. 349 p.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 207 p.

GODOI, Chrstiane Kleinubing; BANDEIRA-MELLO, Rodrigo; SILVA, Anielson Barbosa da. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva, 2006. 460 p.

GONÇALVES, Carlos Alberto; MEIRELLES, Anthero de Moraes. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2004. 199 p.

IBGE. **IBGE: Brasil tem avanços e desafios ambientais**. Jun. de 2012. Disponível em: <<http://isebvmf.com.br/?r=noticias/view&id=240895>>. Acesso em: 16 Set. 2014.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social das empresas**: a contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis, 2002. 406 p.

JÚNIOR, José Carlos Rodrigues. **A ciência da Administração**. Rio de Janeiro. Jun. de 2014. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/a-ciencia-da-administracao/77958/>>. Acesso em: 15 Mar. 2015.

KARKOTLI, Gilson; ARAGÃO, Sueli Duarte. **Responsabilidade Social**: uma contribuição à gestão transformadora das organizações. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2004. 141 p.

KINLAW, Dennis C. **Empresa Competitiva e Ecológica**: estratégias e ferramentas para uma administração consciente, responsável e lucrativa. São Paulo: Makron Books, 1998. 250 p.

KNEIPP, Jordana Marques et al. **Práticas de gestão para sustentabilidade e a postura estratégica de empresas do setor mineral**. Bento Gonçalves, Maio de 2013. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/3Es/3es_2013/2013_3Es397.pdf>. Acesso em: 28 Mar. 2015.

LOPES, Mara Suzete Muller; GOMES, Keines. **Gestão social e serviço e serviço social**. Canoas: ULBRA, 2010. Disponível em: <<http://ulbra-to.br/cursos/Servico-Social/2014/2/turmas/1113/plano-de-ensino>>. Acesso em: 16 Mar. 2015.

MAGALHÃES, Gildo. **Introdução à metodologia da pesquisa**: caminhos da ciência e da tecnologia. São Paulo: Ática, 2005. 263 p.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. 720 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 277 p.

MORGAN, G. **Paradigmas, metáforas e resolução de quebra-cabeças na teoria das organizações**. In: CALDAS, M; BERTERO, C. O. Teoria das organizações. Série RAE Clássicos. São Paulo: FGV/RAE/Atlas, 2007.

MORGAN, Gareth. **Paradigms, metaphors, and puzzle solving in organization theory**. Administrative Science Quarterly. Vol. 25. N° 4. 1980.

OHMAE, Kenichi. **O mundo sem fronteiras**. São Paulo: Makron Book, 1991. 227 p.

PACIEVITCH, Thais. **Capital intelectual**. 2015. Disponível em: <http://www.infoescola.com/administracao_/capital-intelectual/>. Acesso em: 11 Abr. 2015.

PAIVA, Paulo Roberto de. **Contabilidade Ambiental**: evidenciação dos gastos ambientais com transparência e focada na prevenção. São Paulo: Atlas, 2003. 154 p.

PELLISSARI, Anderson Soncini. **Processo de formulação de estratégias em pequenas empresas com base na cultura corporativa e competências gerenciais**. 2007. Disponível em: <<https://www.unimep.br/phpg/bibdig/pdfs/2006/FRMUXSPJWSJK.pdf>>. Acesso em: 4 Abr. 2015.

PINTO, Luiz Fernando da Silva. **Gestão Cidadã**: ações estratégicas para a participação social no Brasil. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002. 435 p.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e de concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 362 p.

REIS, Luis Filipe Sanches de Souza Dias; QUEIROZ, Sandra Mara Pereira de. **Gestão Ambiental em pequenas e médias empresas**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

ROBBINS, Stephan Paul. **Administração**: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2003. 524 p.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 301 p.

ROSSETTI, Adroaldo et al. **A organização baseada no conhecimento**: novas estruturas, estratégias e redes de relacionamento. Brasília, v. 37, n.1, p. 61-72, abr. 2008.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 5. ed. Rio de Janeiro. DP&A, 2002. 139 p.

SANTOS, Neri. **Apostila da disciplina de gestão do conhecimento**. Programa de Pós-Graduação em Engenharia da Produção. UFSC. Florianópolis. 2008.

SANTOS, Neri. **Aula sobre gestão do conhecimento**. Processo de nivelamento para ingresso no programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do conhecimento. UFSC. Florianópolis. 2009.

SEBRAE. **Questão ambiental**: o que todo empresário precisa saber. Florianópolis:SEBRAE, 1997. 146 p.

SENGE, Peter M. **A quinta disciplina**: arte e prática da organização de aprendizagem. 13. ed. São Paulo: Best Seller. 2002. 443 p

SILVA, Adelphino Teixeira. **Administração Básica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 267 p.

SILVA, Heide Miranda da. **Gestão do conhecimento e inteligência competitiva em organizações**: uma abordagem conceitual. 2007.

SILVA, Sheila. Sociedade do Conhecimento. Jul. 2009. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/sociedade-do-conhecimento/32288/>>. Acesso em: 28 Mar. 2015.

STONER, James Arthur. Finch.; FREEMAN, R. Edward. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1994. 533 p.

STUBBS, Roy. **Administração da Ciência**. Porto Alegre: McGraw-Hill, 1978. 149 p.

TEIXEIRA FILHO, Jayme. **Gerenciando conhecimento**: como a empresa pode usar a memória organizacional e a inteligência competitiva no desenvolvimento dos negócios. Rio de Janeiro: SENAC, 2000, 191 p.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em Administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 287 p.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 94 p.

VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. **Metodologia do trabalho científico**: um enfoque didático de produção científica. São Paulo: EPU, 2001. 288 p.

VILELA JÚNIOR, Alcir; DEMAJOROVIC, Jaques. **Modelos e ferramentas de gestão ambiental**: desafios e perspectivas para as organizações. 3. ed. São Paulo: SENAC, 2013. 440 p.

VINHA, Valéria da. **Economia do Meio Ambiente**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 318 p.

APÊNDICES

APÊNDICE A: Termo de consentimento da entrevista

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
UNIDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – UNACSA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TERMO DE CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA**

Estimado (a) Senhor (a):

Cumprimentando-o cordialmente, ofereço-lhe este “Termo de Consentimento de Entrevista” para formalizar o processo que culminará na consolidação de uma pesquisa cujo objetivo se relaciona com a análise das ações desenvolvidas por uma empresa de reciclagem que contribuem para o desenvolvimento sustentável nas perspectivas ambiental, social e econômica. No papel de pesquisadora, me comprometo a arquivar as informações transcritas por um período máximo de cinco anos, mantendo o sigilo doravante necessário.

Em conjunto com o Prof. Orientador, manifestamos os sinceros votos de considerações e estimas.

LUCIANA DOS SANTOS DUARTE

Acadêmica do Curso de Administração

Universidade do Extremo Sul Catarinense

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC**UNIDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – UNACSA****CURSO DE ADMINISTRAÇÃO****TERMO DE CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA**

Eu, _____, portador do CPF: _____, estou ciente da participação no processo de entrevista que será conduzido pela acadêmica LUCIANA DOS SANTOS DUARTE, cujo resultado culminará em um Trabalho de Conclusão de Curso que é requisito obrigatório para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Ademais, reitera-se que não há a autorização para a utilização desses resultados em trabalhos que não sejam de cunho acadêmico, sendo que a identidade do entrevistado deve ser omitida e seus resultados arquivados por um período de, no máximo, cinco anos.

Nome:

Luciana dos Santos Duarte

CPF:

CPF:

Data:

Data:

APÊNDICE B: Roteiro de entrevista semiestruturada.

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA

Para a caracterização do empreendimento:

1. Quais são os principais desafios da empresa na busca pela sustentabilidade? Como a gestão percebe esse conceito?
2. Quais são os principais desafios regulatórios encontrados pela empresa durante o seu percurso? O que vem sendo feito para observá-los cuidadosamente?
3. O que as agências reguladoras que controlam a atividade da empresa costumam fazer para adequar as ações às expectativas dos *stakeholders*?

Práticas de Sustentabilidade: Nível ambiental**Local:**

4. Que ações relativas ao meio ambiente a empresa vem observando no contexto de seu entorno?
5. De que modo a gestão e os níveis operacionais são orientados quanto a eficiência na utilização de recursos que são diretamente relacionados com o conceito de sustentabilidade?

Global:

6. Há algum impacto das alterações globais relacionadas ao meio ambiente na atividade da empresa? De que forma eles se materializam e quais as ações estão sendo desenvolvidas para acompanhar esses aspectos?

Práticas de Sustentabilidade: Nível Econômico**Local:**

7. De que maneira a empresa tem se posicionado para manter os preços acessíveis ao seu público-alvo?
8. Quais são as ações que são observadas para manter um equilíbrio entre os níveis de produção e as atividades dos colaboradores?
9. De que maneira a empresa entende que deve se posicionar para manter seu equilíbrio fiscal?

Global:

10. O comércio internacional, e a dinâmica econômica externa, traz algum tipo de influência para o negócio? Quais são os principais impactos?
11. De que forma a competitividade dos produtos no exterior pode impactar o desenvolvimento do negócio?
12. De que maneira a empresa percebe a influência do crescimento de outros países emergentes? Isso tem algum impacto nos negócios da empresa? Quais são?

Práticas de Sustentabilidade: Nível Social**Local:**

13. Como a empresa colabora para a melhor distribuição de renda na sociedade em que está inserida?
14. Há alguma possibilidade de a empresa contribuir socialmente para a geração de novas oportunidades de emprego nos próximos anos?

Global:

15. É possível que a empresa colabore para a diminuição da desigualdade social? De que forma?

16. De que maneira a empresa colabora para um aumento na qualidade do nível de vida dos indivíduos?

Ações para a implementação de práticas de sustentabilidade

Ambiental

17. Quais ações que empresa atribui para induzir praticas sustentáveis que não venham poluir e que diminuam o uso de recursos vindos do meio ambiente?

18. Como a empresa reage diante da perda da biodiversidade no planeta e de que maneira isso pode ser advertido para melhorar a pratica da sustentabilidade?

Econômica

19. De que maneira a empresa está se preparando para manter suas atividades adequadas em um momento de ajuste econômico?

20. De que maneira a empresa vem sensibilizando (ou como ela pode fazer isso) seus funcionários para um momento de ajuste econômico?

Social

21. De que forma a empresa pode disseminar conhecimentos que influenciem na prática da sustentabilidade em um maior número de pessoas da sociedade?

22. Que medidas a empresa pode tomar para que a sustentabilidade seja vista como algo a ser praticado por todos, igualmente?

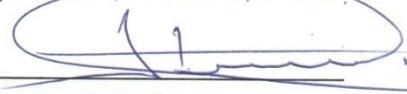
ANEXOS

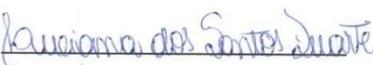
ANEXO A: Termo de consentimento da entrevista do dono da empresa.

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
UNIDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – UNACSA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TERMO DE CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA**

Eu, Itevaldo Duarte, portador do CPF: 497.438.219-53,
estou ciente da participação no processo de entrevista que será conduzido pela
acadêmica LUCIANA DOS SANTOS DUARTE, cujo resultado culminará em um
Trabalho de Conclusão de Curso que é requisito obrigatório para a obtenção do
título de Bacharel em Administração.

Ademais, reitera-se que não há a autorização para a utilização desses
resultados em trabalhos que não sejam de cunho acadêmico, sendo que a
identidade do entrevistado deve ser omitida e seus resultados arquivados por um
período de, no máximo, cinco anos.


Itevaldo Duarte
CPF: 497.438.219-53
Data: 30/04/2015

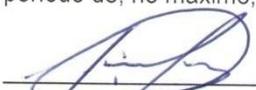

Luciana dos Santos Duarte
CPF: 094.424.899-33
Data: 30/04/2015

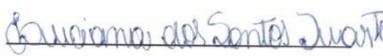
ANEXO B: Termo de consentimento da entrevista do funcionário da empresa.

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
UNIDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – UNACSA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TERMO DE CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA

Eu, Alexandre de S. de Jesus, portador do CPF: 951108109-82
estou ciente da participação no processo de entrevista que será conduzido pela
acadêmica LUCIANA DOS SANTOS DUARTE, cujo resultado culminará em um
Trabalho de Conclusão de Curso que é requisito obrigatório para a obtenção do
título de Bacharel em Administração.

Ademais, reitera-se que não há a autorização para a utilização desses
resultados em trabalhos que não sejam de cunho acadêmico, sendo que a
identidade do entrevistado deve ser omitida e seus resultados arquivados por um
período de, no máximo, cinco anos.


Nome: Alexandre de S. de Jesus
CPF: 951108109-82
Data: 04/05/2015

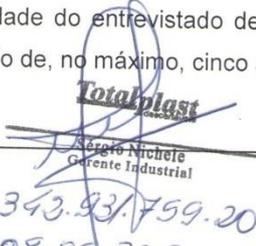

Luciana dos Santos Duarte
CPF: 094.424.899-33
Data: 04/05/2015

ANEXO C: Termo de consentimento da entrevista do cliente da empresa.

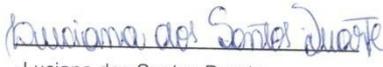
UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
UNIDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – UNACSA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TERMO DE CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA

Eu, Sérgio Nichols, portador do CPF: 342.931.759.20 estou ciente da participação no processo de entrevista que será conduzido pela acadêmica LUCIANA DOS SANTOS DUARTE, cujo resultado culminará em um Trabalho de Conclusão de Curso que é requisito obrigatório para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Ademais, reitera-se que não há a autorização para a utilização desses resultados em trabalhos que não sejam de cunho acadêmico, sendo que a identidade do entrevistado deve ser omitida e seus resultados arquivados por um período de, no máximo, cinco anos.


Totalplast
Sérgio Nichols
Gerente Industrial

Nome:
CPF: 342.931.759.20
Data: 08.05.2015


Luciana dos Santos Duarte
CPF: 094.424.899-33
Data: 08/05/2015