



Sustentabilidade em empresas de comércio e serviços

Sustainability in trading and service companies

Resumo

A sustentabilidade organizacional tem recebido considerável atenção pelas organizações, pelo fato de que tanto a sociedade como os clientes estão mudando seus pensamentos e suas ações em relação ao meio ambiente. Por este motivo, mudam também seus gostos, suas formas de agir assim como o que compram e/ou utilizam em seu cotidiano. Este estudo tem o objetivo de analisar os fatores que compõem a sustentabilidade para as organizações de comércio e serviços. As questões foram avaliadas por meio de uma pesquisa descritiva, quantitativa com abordagem por meio do modelo survey de questionário que foi aplicado, testes estatísticos por meio do software SPSS. Em relação aos resultados obtidos com esta pesquisa, pode-se identificar que a dimensão de maior média dentre todas foi a de Monitoramento de Impactos dos Negócios nos Direitos Humanos.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Gestão; Organização.

Abstract

Organizational sustainability has recently received considerable attention from organizations because both society and customers are changing their thoughts and actions regarding the environment. For this reason, they also change their tastes, their ways of acting as well as what they buy and / or use in their daily lives. This study aims to analyze the factors that make up sustainability for trade and service organizations. The questions were evaluated through a descriptive, quantitative research with approach through the questionnaire survey model that was applied, statistical tests using the SPSS. Regarding the results obtained with this research, it can be identified that the dimension where the highest average was Business Impact Monitoring on Human Rights.

Keywords: Sustainability; Management; Organization.

1. Introdução

O principal objetivo da sustentabilidade nas empresas é a vantagem competitiva e a estratégia de equilibrar os pontos econômicos, sociais e ambientais de uma organização. A vantagem competitiva gera benefícios e oportunidades de crescimento a longo prazo, ao mesmo tempo que aprimora, protege e mantém os recursos naturais e humanos que serão necessários futuramente. De acordo com Furtado (2005) o desenvolvimento sustentável deveria estar relacionado à mudança estratégica de direção de toda a sociedade, sem necessitar de órgãos legislativos nacionais e internacionais solicitando regulamentações obrigatórias de tal marco.

A sustentabilidade em organizações de comércio e serviço é algo realmente necessário, pelo fato de que suas sobrevivências dependem tanto da capacidade adaptativa às especificações técnicas, ambientais e econômicas, quanto de fatores normativos regulamentares de apoio a sua legitimidade (SCOTT, 1995). Conforme Maimon (1996) o resultado da ampliação desse assunto fez com que ocorressem novas pressões perante à sociedade. Tais mudanças afetam intensamente os ambientes político e social em que a empresa atua, originando novas diretrizes e limitações para que opere de forma eficaz, perante uma ótica que considere não apenas a maximização do retorno financeiro aos proprietários.

Em Santa Catarina, mais especificamente na Região do Vale do Itajaí, a tendência assim como no restante do país e do mundo é a crescente ocorrência de organizações no setor de Comércio e Serviço e que vêm contribuindo para o PIB da região. Muitos estudos em sustentabilidades costumam dar atenção para organizações de manufatura e, desconsideram o setor de comércio e serviços que também deve ter uma relação e preocupação com o desenvolvimento sustentável.

Contribuindo com estudos na área o objetivo deste estudo é analisar os fatores que compõem a sustentabilidade para as organizações de comércio e serviços, mostrando como e onde implantar a sustentabilidade nas organizações atualmente e se, a sustentabilidade já está sendo implantada nestas organizações da região do Vale do Itajaí em Santa Catarina. Sua importância é indiscutível em virtude das mudanças constantes que a sociedade e os clientes se encontram, sem contar que as crianças, a nossa futura geração, já estão crescendo com pensamentos e atitudes diferentes em relação ao meio ambiente e suas causas. Diferente de uma geração anterior, mais propensa ao capitalismo e consumismo.

2. Sustentabilidade Empresarial

Sustentabilidade para Lange, Busch e Delgado-Ceballos (2012) define-se como uma visão estratégica que considera equilibrada e totalmente os aspectos econômicos, sociais e ambientais (tripé da sustentabilidade) de uma organização gerando em longo prazo benefícios a gerações futuras e aos stakeholders da mesma, ou seja, a organização precisa buscar construir uma sociedade totalmente viável economicamente, socialmente justa e ambientalmente correta para o futuro. A sustentabilidade de uma organização parte do diálogo é preciso e necessário ouvir as pessoas que estão diretamente ligadas com a empresa

para que a mesma consiga implantar esta política extremamente necessária. Amadeu Junior, Gelman e Macedo (2008) compartilham do mesmo pensamento e acrescentam que este alinhamento estratégico caminha consistentemente com a empresa e sua missão.

A dimensão ambiental, de acordo com Furtado (2005) constitui-se pela conservação e qualidade dos recursos renováveis, pela durabilidade de vida útil dos não renováveis e a prolongação dos recursos naturais como, por exemplo, a recuperação de fertilidade do solo e os impactos e danos físicos, biológicos e químicos sobre os mesmos. A empresa precisa pensar e agir estrategicamente para que seu ambiente, produto e ações diminuam os danos desta dimensão.

A dimensão econômica é a mais indispensável para o desenvolvimento sustentável da organização, esta dimensão é constituída por valores econômico-financeiros tangíveis e intangíveis agregados por aquisição e prosperidade de bens financeiros e materiais dos stakeholders, shareholders e investidores da organização. Seu principal objetivo é elaborar produtos e bens que atendam as dimensões ambientais e sociais de forma econômica. De acordo com Pimenta (2010) um dos aspectos desta dimensão é o prolongamento da vida útil dos produtos por meio da redução de energia e de desperdícios de matérias-primas, gerando assim políticas de produção mais limpas e também na ação de evitar produtos não sustentáveis por parte dos consumidores.

Por último, a dimensão social, que de acordo com Furtado (2005) é onde a organização fornece serviços fundamentais para agregar com a qualidade de vida de seu consumidor, esta dimensão caracteriza-se pelo bem-estar, isonomia e inclusão social, individual e em comunidade, como a educação, saúde e o desenvolvimento econômico por exemplo. Não somente pensando em seus consumidores a organização também precisa lembrar-se de seus colaboradores, ou seja, adotar medidas contínuas para uma melhoria no clima organizacional.

De acordo com Almeida (2002) para que uma organização seja sustentável é preciso buscar a eco eficiência em todas as suas decisões e ações, assim como produzir mais e melhor com menos uso de recursos naturais e menos poluição, não se esquecendo de ser socialmente responsável, caso a organização não siga esta realidade isto poderá custar sua existência. Savitz e Weber (2007) seguem o mesmo raciocínio explicando que a organização precisa ser operada sem causar danos e sem destruir o meio ambiente e sim restaurar e enriquecer o mesmo.

Há empresários que acreditam que a busca pela sustentabilidade é financeiramente inviável para a organização, porém Lange, Busch e Delgado-Ceballos (2012) mostram que é o contrário, pensar e agir sustentavelmente muitas vezes reduz os custos e aumentam as receitas tornando-se base para inovações, ou seja, a sustentabilidade é um diferencial competitivo para as organizações que a possibilita de ter uma eficiência maior e também ganhar desempenho. Pimenta (2010) confirma dizendo que esta questão é vista muitas vezes como um entrave para o desenvolvimento da organização ao invés considerá-la uma grande oportunidade para a realização de novos negócios.

Esta mudança sustentável necessita de um pensamento estratégico perante os impactos positivos e negativos das ações e decisões provenientes da sociedade, ou seja, deixar a meta de somente obter retorno econômico e aliar outras questões à avaliação da realidade, não esquecendo que o processo de desenvolvimento organizacional não é nem constante nem

estável no espaço-tempo. Partindo deste entendimento percebe-se que o comportamento dos seres humanos, tanto individual quanto coletivamente, os processos sociais de cada território e, também a quantidade tempo que os ambiente naturais levam para recuperar e conservar a intangibilidade de seus ciclos vitais estão ligados diretamente com o desenvolvimento de uma organização. (IMPERADOR; SILVA, 2018)

A busca pela sustentabilidade organizacional deve gerar inovações, de acordo com Silveira (2013) as organizações precisam reformular suas tecnologias, processos, produtos e em sua maioria os modelos de negócios que transformam o cenário competitivo, baseando-se nas necessidades de sustentabilidade.

Oliveira, Medeiros, Terra e Quelhas (2012) mostram os cinco princípios para que a implantação da sustentabilidade organizacional aconteça da melhor forma possível nas empresas. São estes:

- Estabelecer um processo interno de participação dos níveis hierárquicos na formulação dos objetivos e metas estratégicos relacionados à sustentabilidade organizacional;
- Inclusão de colaboradores motivados para a sustentabilidade e suas participações no planejamento estratégico da organização;
- Desenvolvimento e implantação de indicadores estratégicos, táticos e operacionais em relação às dimensões social, econômica e ambiental;
- Relacionar o plano de desenvolvimento de carreira com o engajamento dos colaboradores em relação à sustentabilidade da organização;
- Incentivar a iniciativa voluntária dos colaboradores da organização;

Para Lacy et al (2010) a sustentabilidade para as organizações é vista atualmente como um dos elementos das estratégias empresariais que constroem suas reputações no mercado e por este motivo é extremamente valorizada, pois reconstruir a confiança de um cliente é uma tarefa árdua. Com isso, as organizações estão desenvolvendo atitudes e ações para mensurar o impacto da confiança por meio da organização e para identificar os fatores que afetam os níveis desta.

Porter e Kramer (2006) complementam que as empresas que adotam esta estratégia podem gerar a capacidade de ganhar uma vantagem competitiva no mercado e também de entregar valores sustentáveis. Esse tipo de vantagem deriva-se do fato de que as capacitações que ajudam as organizações a aderirem à sustentabilidade são raras e insubstituíveis, tais características as tornam mais difíceis de imitar.

Porém, existem ainda inúmeros desafios a serem encarados para que a sustentabilidade seja facilmente implantada e adotada nas organizações. Indicadores eficazes e líderes competentes são apenas um dos passos, além disso, a empresa precisa superar obstáculos como, por exemplo, ter um sistema de informação bem desenvolvido, uma comunicação estável com os funcionários, um plano de negócio bem estruturado e ajudar na integração da cultura sustentável. É necessário realizar uma abordagem que considere os aspectos sociais, ambientais e econômicos da sustentabilidade, porém, esta abordagem é bastante complexa e demanda que as organizações integrem a sustentabilidade no sistema organizacional inteiro e em níveis múltiplos. Para que as organizações se tornem mais sustentáveis, é preciso que os gestores assegurem que as atitudes sustentáveis estejam integradas desde o princípio

nos processos estratégicos e que seja abordada frequentemente. A visão da organização precisa pertencer ao processo de decisão estratégica da empresa e também de refletir em seus

3 Procedimentos Metodológicos

Nesta etapa apresentam-se os procedimentos metodológicos utilizados para obter as informações necessárias para conclusão desse estudo. São demonstrados a maneira que a amostra estudada foi selecionada e como os dados foram coletados.

Quanto ao objetivo desta pesquisa a mesma classifica-se como descritiva, para Triviños (1987) a pesquisa descritiva demanda do pesquisador diversas informações sobre o que deseja pesquisar. Esse tipo de estudo descreve os fenômenos e fatos de determinada realidade.

Esta pesquisa possui abordagem quantitativa. O método de coleta adotado no estudo caracteriza-se como survey questionário de levantamento. Neste estudo foi utilizado como instrumento de coleta o questionário. O questionário utilizado teve base no estudo de Ethos (2019) e utilizou-se para medir a Sustentabilidade os fatores: Estratégias para a Sustentabilidade (ES); Código de Conduta (CC); Governança da Organização (GO); Práticas da Anticorrupção (PA); Sistema de Gestão de Fornecedores (SG); Mapeamento dos Impactos da Operação e Gestão de Riscos (GR); Monitoramento de Impactos dos Negócios nos Direitos Humanos (DH); Relação com os Empregados (RE); Uso dos Produtos e Serviços (PS); Impactos da Empresa na Comunidade (IC); Governança das Ações Relacionadas às Mudanças Climáticas (MC) e Sistema de Gestão Ambiental (SGA). O modelo foi aplicado por meio eletrônico ou inquérito. O questionário possui 28 questões e utilizou escala likert de 7 pontos.

A população do estudo são empresas do Ramo Comércio e Serviço da região do Vale do Itajaí em Santa Catarina, Brasil. A amostra utilizada para esta pesquisa é do tipo não probabilística por conveniência. Foram alcançados 206 respondentes que pertencem a organizações no segmento de comércio e serviço. A análise dos dados ocorreu via software SPSS por meio da estatística descritiva.

4 Apresentação dos Resultados

Para responder o objetivo deste estudo analisou-se a influência da sustentabilidade em empresas de comércio e serviço. A pesquisa foi aplicada na região do Vale do Itajaí, SC-Brasil e foram considerados 206 respondentes de empresas de pequeno, médio e grande porte. Apresenta-se a análise da média e desvio padrão das questões de acordo com os fatores e na sequência a análise destes dados. Na tabela 1 apresenta-se as questões levantadas bem como os índices para análise.

Variáveis	Questão	Média
Estrat	A empresa integra aspectos sociais e ambientais às suas estratégias.	5,39
Conduta01	A empresa adota e aplica padrões de conduta para orientar o comportamento de seus empregados.	5,33
Conduta02	A empresa tem um código de conduta publicado.	4,50
Governa01	A empresa cumpre requisitos legais em todas as operações, mesmo que essas leis não sejam fiscalizadas adequadamente.	6,00

Governa02	A empresa tem procedimentos para que seus empregados conheçam as leis a que estão submetidos.	5,18
Governa03	A empresa possui estrutura de administração formalizada.	4,89
Anticorrupt01	A alta administração se compromete com a promoção da integridade e atua diretamente na criação de uma cultura de integridade.	5,42
Anticorrupt02	A empresa possui conhecimento de quais são as situações de maior risco de ocorrências inadequadas relacionadas à prática de corrupção.	5,65
Anticorrupt03	A empresa esteve envolvida em escândalos de suborno, fraude, financiamento ilícito de campanhas ou caixa dois nos últimos cinco anos	1,28
Fornec01	A empresa exige cumprimento da legislação na seleção de fornecedores.	5,11
Fornec02	A empresa possui um mapa de seus fornecedores, identificando os mais críticos ou os de maior risco.	4,08
Riscos01	A empresa cumpre os requisitos legais pertinentes e mantém licenças de operação para suas atividades.	6,10
Riscos02	A empresa identifica esporadicamente e por apontamento de partes interessadas seus impactos econômicos, sociais e ambientais, tomando medidas de remediação.	4,93
Humano01	A empresa tem meios de identificar casos de desrespeito aos direitos humanos, que ocorram interna ou externamente.	5,31
Humano02	A empresa se assegura de não praticar discriminação contra empregados(as), clientes, terceiros ou qualquer outra parte interessada com a qual ela se relaciona, incluindo a comunidade do entorno.	6,15
Humano03	A empresa verifica se seus serviços de segurança estão em conformidade com os direitos humanos.	6,04
Empregado01	A empresa possui comissões internas com a participação de empregados, de acordo com a legislação vigente para o tamanho da empresa e ramo de atividade.	4,57
Empregado02	Caso a empresa tenha conhecimento de alguma pendência em relação à legislação trabalhista em sua operação e/ou junto a seus terceiros, toma medidas necessárias para saná-lo.	5,87
Prod_Serv01	A empresa transmite informações vitais de segurança ao consumidor por meio de símbolos, preferencialmente aqueles acordados internacionalmente.	5,41
Prod_Serv02	Em situações de falhas ou perigos imprevistos, a empresa retira todos os produtos ou interrompe a prestação do serviço rapidamente.	5,82
Comunidade01	A empresa busca o relacionamento pontual com a comunidade e evita causar transtornos com sua operação.	5,88
Comunidade02	A empresa procura responder a todas as reclamações e manifestações da comunidade que são motivadas por seus impactos.	5,80
Clima01	A empresa cumpre a legislação vigente com relação ao controle das emissões atmosféricas.	5,21
Clima02	A empresa possui um mapeamento dos tipos de combustíveis fósseis ou não renováveis, como carvão, diesel, gasolina, gás natural e outros, que utiliza em seu processo produtivo.	3,79
Clima03	A empresa estabelece um mapeamento dos tipos de combustíveis renováveis, como por exemplo etanol, hidrogênio e outros, que utiliza em seu processo produtivo.	3,33
SGA01	A empresa respeita as leis ambientais relacionadas ao seu negócio.	6,00
SGA02	A empresa orienta seus empregados em relação aos impactos ambientais negativos específicos das suas atividades.	5,34
SGA03	A empresa adota medidas corretivas aos impactos negativos.	5,41

Tabela 1: Indicadores de Sustentabilidade. Fonte: Da pesquisa (2019).

Na dimensão de Estratégias para a Sustentabilidade, a questão com maior média foi a Estrat, com 5,39 que diz “A empresa integra aspectos sociais e ambientais às suas estratégias”. Pode-se perceber então que os gestores concordam com a afirmação e integram às suas estratégias aspectos ambientais e sociais, que conforme Jamali (2006) explica, a percepção da responsabilidade que as organizações possuem relacionadas ao meio ambiente

e a sociedade está evoluindo gradativamente tanto na teoria quanto na prática, pois as organizações passam a construir suas análises baseando-se na consideração da função tradicional econômica que as mesmas possuem, com a vantagem de observar e assegurar a conservação do meio ambiente e a consideração dos impactos sociais e do bem-estar das pessoas.

Em relação a dimensão do Código de Conduta, a questão com a maior média foi a Conduta01 que fala “A empresa adota e aplica padrões de conduta para orientar o comportamento de seus empregados”, com um resultado de 5,33. Baseado nestes dados pode-se observar que obtiveram concordância perante esta afirmação, de existir a adoção e aplicação nas empresas de padrões de condutas em relação aos comportamentos de seus colaboradores, o Instituto Ethos (2001) diz que as empresas ao adicionarem competências básicas à sua conduta ética e socialmente responsável, conquistam o respeito das sociedades e das pessoas que são atingidas por suas ações e atividades, a preferência dos clientes e o envolvimento de seus colaboradores. Acredita-se que por serem, em sua maioria, empresas com um número baixo de funcionários facilita a aplicação e a preservação de tais padrões de conduta.

A questão da dimensão Governança da Organização com a maior média foi a Governa01 com 6,00 que diz “A empresa cumpre requisitos legais em todas as operações, mesmo que essas leis não sejam fiscalizadas adequadamente”. Avaliando estas informações pode-se perceber que os gestores concordaram com a afirmação, todas as suas ações e operações são realizadas legalmente. As organizações atualmente se comprometem em fortalecer a atenção voltada aos riscos ambientais em suas atividades básicas e diárias, que abrange gestão de ativos, gestão de riscos, projeto de produtos, tramitação das reclamações e prevenção de perdas. Auxiliam também seus sócios, funcionários, fornecedores e clientes a cumprirem a legislação ambiental para melhorarem suas práticas administrativas e operacionais (BARBIERI, 2008)

Na dimensão das Práticas da Anticorrupção, a questão Anticorrupt02 foi a que obteve maior média com 5,65 que fala sobre o conhecimento de quais são as situações de maior risco de ocorrências inadequadas relacionadas à prática de corrupção nas organizações, que para Rogow e Lasswell (1970) é descrita como violações de interesse comum utilizadas para obter vantagens especiais. Tais dados abstraídos da pesquisa aplicada, mostram que as empresas respondentes têm conhecimento das situações de maior risco em práticas de corrupção existentes internamente e sabem como combatê-las.

Na dimensão de Sistema de Gestão de Fornecedores a questão de maior média foi a Fornec01 que diz “A empresa exige cumprimento da legislação na seleção de fornecedores”, obtendo média 5,11. Com base nestes dados pode-se perceber concordância em relação a esta afirmação, mostrando assim que a empresa quando escolhe seus fornecedores exige que o mesmo esteja legalizado, ou seja, a organização se preocupa com a legalização dos insumos que estão sendo comprados, caso não esteja legalizado as parcerias não se concretizam, pois, conforme Burt, Dobler e Starling (2003) explicam, as empresas passaram a reconhecer a necessidade de selecionar fornecedores hábeis e eficientes que atendem as requisições de seus clientes.

Na dimensão de Mapeamento dos Impactos da Operação e Gestão de Riscos a questão com maior média, com 6,10 foi a Riscos01 que diz “A empresa cumpre os requisitos legais

pertinentes e mantêm licenças de operação para suas atividades”. Estes dados mostram que as organizações se preocupam bastante em relação suas legalizações, para que possam realizar suas atividades normalmente, cumprindo corretamente com os requisitos legais e mantendo suas licenças para operarem, pois percebem que as questões ambientais influenciam diretamente na qualidade de vida da comunidade na qual estão inseridas, por este motivo Nusdeo (2002) fala que a justiça socioambiental existe para que grupos mais vulneráveis de uma comunidade, determinados grupos étnicos ou raciais, dentre outros, não sejam afetados pelos efeitos negativos da legislação ambiental de forma desigual.

Referente a dimensão de Monitoramento de Impactos dos Negócios nos Direitos Humanos a questão de maior média foi a Humano02 que diz “A empresa se assegura de não praticar discriminação contra empregados (as), clientes, terceiros ou qualquer outra parte interessada com a qual ela se relaciona, incluindo a comunidade do entorno”, tendo uma média 6,15. Este resultado informa que as empresas não toleram discriminação contra seus clientes e funcionários, o que é positivo para as organizações já que os clientes e os funcionários hoje em dia querem conexão e priorizam a criação de vínculos entre as partes envolvidas. A partir da década de 80 a diversidade foi um dos temas mais estudados em relação as organizações (GALVIN, 2006), pois acredita-se que a inclusão de grupos historicamente discriminados tornaria o ambiente de trabalho melhor, tornando-o mais democrático e diversificado. (CALÁS; SMIRCICH, 1992)

A questão que teve maior média na dimensão de Relação com os Empregados foi a Empregado02 com 5,87 que diz “Caso a empresa tenha conhecimento de alguma pendência em relação à legislação trabalhista em sua operação e/ou junto a seus terceiros, toma medidas necessárias para saná-lo”. Podendo concluir que as empresas se preocupam em estarem legalizadas perante a legislação trabalhista, atualmente as origens das reclamações trabalhistas vindas dos funcionários das organizações é por motivos de descumprimento das normas ou por não atuação das leis trabalhistas por parte da organização para com o funcionário, podendo estar sujeita a receber penalizações da justiça do trabalho por estes motivos (SCHMITT, 2009).

Na dimensão de Impacto decorrente do Uso dos Produtos e Serviços a questão que teve maior média foi a Prod_Serv02 que diz “Em situações de falhas ou perigos imprevistos, a empresa retira todos os produtos ou interrompe a prestação do serviço rapidamente” com média 5,82. Pode-se inferir com este resultado que as organizações se preocupam com o bem-estar dos seus clientes e funcionários, tirando imediatamente seus produtos ou serviços caso os mesmos estejam falhando ou causando algum tipo de perigo para quem está usufruindo, tais ações, de acordo com o Business for Social Responsibility (2001), são decisões tomadas pela organização que se baseia nos valores éticos que reúne as dimensões legais assim como o respeito para com as pessoas, para com as sociedades e para com o meio ambiente.

Em relação a dimensão da gestão dos Impactos da Empresa na Comunidade a questão com maior média foi a Comunidade01 com 5,88 que fala sobre as buscas dos relacionamentos com a comunidade e em evitar transtornos causados pelas suas operações, isso significa que de um modo geral as organizações atualmente estão em busca disto perante a comunidade e suas operações, estas ações são de extrema importância para o crescimento e sucesso das organizações atualmente, a sociedade, a comunidade e as pessoas estão em

constante mudança e hoje em dia o que mais fideliza os clientes é o relacionamento que se tem com eles assim como a atenção e preocupação para com eles.

Braungart, McDonough e Bollinger (2006) explicam sobre tais relacionamentos que são expandidos para entender melhor sobre o funcionamento da estrutura, gerando desta forma duas frentes de desenvolvimento, o ambiental e o econômico captando assim, ações sustentáveis a longo prazo. Os mesmos estabelecem a ecoeficiência como estratégia de ação social, tendo o intuito de reduzir o uso de materiais com a intenção de minimizar os impactos ambientais indesejáveis e produzir maiores riquezas econômicas.

Referente a dimensão de Governança das Ações Relacionadas às Mudanças Climáticas a questão com maior média foi a questão Clima01 com 5,21 que aborda sobre o cumprimento da legislação vigente em relação às emissões atmosféricas, tendo este resultado como base pode-se perceber que as organizações do estado de Santa Catarina cumprem as leis relacionadas as emissões atmosféricas, ou seja, as empresas se preocupam com as matérias gasosas, líquidas ou sólidas que seus produtos ou serviços podem lançar na atmosfera do planeta o que atualmente é um dos piores problemas que possui, porém as empresas já estão cientes e estão fazendo seus papéis para mudar este atual estado. Perante este cenário, é necessário controlar estas emissões atmosféricas com ações que se baseiam em metodologias para estabelecer uma gestão eficiente nos poluentes lançados no ambiente em suas quantidades. (MELO; SINFRÔNIO, 2018)

Na dimensão Sistema de Gestão Ambiental a questão com maior média foi a pergunta SGA01 com média 6,00 que fala sobre as empresas respeitarem as leis ambientais relacionadas ao seu negócio, conforme Rocco (2009) a legislação ambiental atualmente estimula os empresários a participar da implementação de tais leis e políticas públicas ambientais. Pode-se entender em relação a este resultado que as empresas estão preocupadas com as questões ambientais que podem relacionar-se aos seus negócios tais como as suas leis. Vendo isso da visão de um cliente é bastante importante pois esse é um dos pontos que é identificado nos dias de hoje o que pode alterar a opinião do cliente perante sua empresa tal como sua opção de compra.

Em relação ao desvio padrão encontrado nas respostas, entre todas as perguntas a Anticorrup03 foi a que obteve o menor desvio padrão com 1,072 onde sua questão diz “A empresa esteve envolvida em escândalos de suborno, fraude, financiamento ilícito de campanhas ou caixa dois nos últimos cinco anos”. Obteve-se nesta questão menor variação nas respostas podendo entender que as organizações em algum momento nos últimos cinco anos de existência tiveram algum escândalo relacionado a dinheiro o que gera uma desconfiança para os clientes em relação a ética da organização, criando uma desconfiança também em comprar ou usufruir dos produtos e serviços disponibilizados. Tom Morris (1998) entende que a ética é o cumprimento de regras e a mesma está amplamente constituída de regras, de comportamento relacionadas à profissão, de sobrevivência, de relacionamento harmônico na convivência social, entre outros.

Já a questão que obteve o maior desvio padrão entre elas foi a Clima02 com 2,453 que aborda sobre as empresas possuírem um mapeamento dos tipos de combustíveis fósseis ou não renováveis (carvão, diesel, gasolina, gás natural, dentre outros) utilizados em seus processos produtivos, que desde 1750 até os dias de hoje, ocorre a substituição da madeira e de outros combustíveis renováveis para os combustíveis fósseis em grande escala, que se

encontra em permanente expansão (CHAKRABARTY, 2013). O resultado obtido mostra que foi a questão que teve maior variação em suas respostas, as organizações não possuem um mapeamento dos combustíveis utilizados em seus processos produtivos, acredita-se que por serem empresas de comércio e serviços onde muitas das vezes não é produzido nenhum produto, mas sim revendido.

Olhando os resultados desses indicadores numa visão geral pode-se perceber que em relação ao assunto sustentabilidade empresarial a maioria das empresas no estado de Santa Catarina se preocupam bastante e que estão focadas neste quesito que é tão importante nos dias de hoje e que a sociedade cobra tanto das organizações em geral. É algo de baixo custo para as empresas e que dá maior viabilidade para as mesmas criando uma visão diferente para os clientes e para a sociedade em que a mesma está estabilizada, atualmente é indispensável a sustentabilidade no cotidiano das organizações assim como no futuro da mesma e as organizações que participaram desta pesquisa estão a par disto usando-a para seus benefícios.

5 Considerações Finais

As dimensões aqui apresentadas mostraram suas importâncias, porém a que mais teve destaque dentre as da pesquisa foi a da dimensão Monitoramento de Impactos dos Negócios nos Direitos Humanos que fala sobre a discriminação e como as empresas se asseguram de não a praticar contra seus stakeholders, mostrando assim que as organizações atualmente se atentam em não praticar nenhum ato de discriminação ou preconceito para com os outros.

Enquanto esse modelo busca encontrar práticas sustentáveis nas organizações, pode ocorrer de as empresas não realizarem estas práticas da mesma forma. Pode ser assimilado este estudo ao de Imperador e Silva (2018) mensura a sustentabilidade organizacional com base nos sistemas de mensuração do desenvolvimento sustentável (SMDS) realizando assim uma análise comparativa da dimensão ambiental entre eles, comparando diferentes níveis de profundidade da gestão da sustentabilidade organizacional.

Com exceção deste trabalho sugere-se o estudo de outras pesquisas no segmento de manufatura, pois o atual artigo permaneceu focado na sustentabilidade em empresas de comércio e serviços. A sustentabilidade auxilia as organizações a se desenvolverem economicamente sem afetar as próximas gerações, cuidando com o impacto social que elas causam, neste sentido percebe-se que a sustentabilidade necessita focar em seus stakeholders, portanto sugere-se que este tema seja trabalhado juntamente com a teoria dos stakeholders.

Referências

ALMEIDA, F. **O bom negócio da sustentabilidade**. São Paulo: Nova Fronteira, 2002.

AMADEU Jr, A., GELMAN, J. J., & MACEDO, L. C. (2008). **A mobilização do setor varejista para a responsabilidade social: do assistencialismo ao alinhamento estratégico**. In: J. J Gelman & J. Parente (Orgs.). Varejo socialmente responsável. (Cap. 1, pp. 15-32). Porto Alegre: Bookman.



BARBIERI, J.C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos.** São Paulo, Saraiva, ed. 2008.

BRAUNGART, M.; MCDONOUGH, W., BOLLINGER, A. **Cradle-to-cradle design: creating healthy emissions e a strategy for eco-effective product and system design.** Journal of Cleaner Production, 2006.

BURT, D. N.; DOBLER, D. W.; STARLING, S. L. **World Class Supply Management: The key to Supply Chain Management.** 7th ed. New York: McGraw-Hill, 2003.

BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY (BSR). **Social Responsibility.** Disponível em: <<https://www.bsr.org/en/>>. Acesso em: 04 dez. 2019.

FINK, A., KOSECOFF J. **How to conduct surveys: A step-by-step guide.** Beverly Hills: Sage, 1985.

CALÁS, M; SMIRCICH, L. **Afterwards/after words: open spaces.** Academy of Management Review, v. 17, n. 3, p. 607-611, 1992.

CHAKRABARTY, D. **O Clima da História: quatro teses.** Sopro, Florianópolis, Editora Cultura e Barbárie, n. 91, p. 4-22, jul. 2013.

FURTADO, J. S. **Sustentabilidade empresarial: guia de práticas econômicas, ambientais e sociais.** Salvador: NEAMA/CRA, 2005. 177 p.; 23 cm

GALVIN, T. “Re-Evaluating Diversity”: **Reviving critical discourse in diversity research in organization studies.** Academy of Management Best Conference Paper of 2006. Disponível em: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf>. Acesso em 12.02. 2006

HAHN, T., SCHEERMESSER, M., 2006. **Approaches to corporate sustainability among German companies.** Corporate Social Responsibility and Environmental Management. 13 (3), 150-165

INSTITUTO ETHOS. **Relatório de pesquisa Ethos/Valor.** Elaborado pela Indicator Opinião Pública. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 04 Dez. 2019

JAMALI, D. **Insights into the triple bottom line integration from a learning organization perspective.** Business Process Management Journal, v.12, n.6, p.809-821, 2006.

LANGE, D. E.; BUSCH, T.; DELGADO-CEBALLOS, J. D. Sustaining Sustainability in organizations. **Journal of Business Ethics**, v. 110, n. 2, p. 151-156, 2012.

MAIMON, D. **Passaporte verde: gestão ambiental e competitividade.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.



MELO, V. S.; SINFRÔNIO, F. S. M.. **A importância dos inventários do programa GHG Protocol para a gestão das emissões ambientais: estudo de caso do Maranhão.** Natural Resources, v.8, n.2, p.38-51, 2018.

MORRIS, T. **A nova alma do negócio: como a filosofia pode melhorar a produtividade de sua empresa.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

NUSDEO, A. M. O. Defesa da concorrência e globalização econômica: o controle da concentração de empresas. São Paulo: Malheiros, 2002.

OLIVEIRA, L. R.; MEDEIROS, R. M.; TERRA, P. B.; QUELHAS, O. L. G. Sustentabilidade: da evolução dos conceitos à implementação como estratégia nas organizações. **Revista Produção**, v. 22, n. 1, p. 70-82, 2012.

PIMENTA, H. C.D..**Sustentabilidade empresarial: práticas em cadeias produtivas.** Natal, RN: IFRN Editora, 2010. Disponível em: Acesso em: jun.2015.

PORTER, M.; KRAMER, M. (2011, January-February). Creating shared value: how to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. Harvard Business Review, pp. 62-91.

ROCCO, R. **Meio Ambiente & Empresa: Os temas relacionados ao papel do setor privado nas novas configurações das políticas ambientais brasileiras.** Disponível em: <<http://rogeriorocco.com.br/wp-content/uploads/2010/07/Tema3-Meio-Ambiente-e-Empresa-2009.pdf>>. Acesso em: 04 dez. 2019.

ROGOW, A. A.; LASSWELL, H. D. **The definition on corruption.** In: Heidenheimer, A. J. Political corruption - readings in comparative analysis. New York, Holt, Rinehart and Winston, 1970.

SAVITZ, A. W.; WEBER, K. **A Empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental.** 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SCHMITT, G. W. **Perícia contábil em uma ação trabalhista.** 66f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina: Florianópolis, 2009.

SCOTT, W. R. **Institutions and organizations.** California: SAGE Publications, 1995.

SILVEIRA, M. A. Strategic management of innovation towards sustainable development of brazilian electronic. **Journal Technologic Management & Innovation**, v. 8, s/n, p. 174-186, 2013.