

SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL EMPRESARIAL

Autoria

MAYARA FERNANDA NASCIMENTO IZIDORO
CENTRO UNIVERSITÁRIO CATÓLICO SALESIANO AUXILIUM

Professor Orientador

PROF. ME FRANCISCO CÉSAR VENDRAME

Resumo

Esse artigo trata-se da importância da Sustentabilidade Ambiental Empresarial como estratégia presente no projeto de desenvolvimento de produção com design ecológico presente nas empresas, organizações e indústrias. Quando resíduos são descartados de modo inadequado, a contaminação ambiental é a sua consequência, podendo trazer diversas doenças para pessoas envolvidas e inocentes. Os estragos causados no meio ambiente muitas vezes são sem volta, impossibilitando que novas gerações tenham uma qualidade de vida aceitável. O desperdício de matéria prima em algumas empresas é inacreditável sendo dinheiro jogado fora. Assim sendo, por falta de conhecimento que um processo sustentável não envolve investimentos sem retorno e que pelo contrário, isso mudará a imagem da empresa mostrando a seus clientes que a saúde do mundo também é importante para a mesma. Quanto à metodologia usada nesse artigo foram as pesquisas e revisões bibliográficas. Conclui-se nos estudos apresentados que a sustentabilidade empresarial envolvida com Leis Ambientais com parceria governamentais, só será eficiente com a consciência e conhecimento de todos, que nem tudo o que o homem tira ou destrói na natureza ele não pode repor e talvez se leva anos se pode-se, sendo que as indústrias só conseguem produzir seus produtos com matéria prima retirada da natureza e sem uma extração e descarte consciente o meio ambiente acabara.

SUSTENTABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL EMPRESARIAL

RESUMO

Esse artigo trata-se da importância da Sustentabilidade Ambiental Empresarial como estratégia presente no projeto de desenvolvimento de produção com design ecológico presente nas empresas, organizações e indústrias. Quando resíduos são descartados de modo inadequado, a contaminação ambiental é a sua consequência, podendo trazer diversas doenças para pessoas envolvidas e inocentes. Os estragos causados no meio ambiente muitas vezes são sem volta, impossibilitando que novas gerações tenham uma qualidade de vida aceitável. O desperdício de matéria prima em algumas empresas é inacreditável sendo dinheiro jogado fora. Assim sendo, por falta de conhecimento que um processo sustentável não envolve investimentos sem retorno e que pelo contrário, isso mudará a imagem da empresa mostrando a seus clientes que a saúde do mundo também é importante para a mesma. Quanto à metodologia usada nesse artigo foram as pesquisas e revisões bibliográficas. Conclui-se nos estudos apresentados que a sustentabilidade empresarial envolvida com Leis Ambientais com parceria governamentais, só será eficiente com a consciência e conhecimento de todos, que nem tudo o que o homem tira ou destrói na natureza ele não pode repor e talvez se leva anos se pode-se, sendo que as indústrias só conseguem produzir seus produtos com matéria prima retirada da natureza e sem uma extração e descarte consciente o meio ambiente acabara.

Palavras chaves: Sustentabilidade. Meio Ambiente. Gestão Ambiental.

INTRODUÇÃO

A chegada da Revolução Industrial trouxe junto com ela preocupações, de que se o meio ambiente aguentaria a tanta exploração de seus recursos naturais renováveis e os não renováveis. Contudo, foi levantando fatos ao passar dos anos do que deveria ser feito quanto a essa situação de destruição. Com o passar do tempo várias hipóteses foram confirmadas: de que o meio ambiente não iria sobreviver com tantos problemas principalmente causados pelas indústrias que descartavam seus resíduos sem um tratamento; e de seus produtos industrializados que são descartados pelos seus consumidores inadequadamente.

Atualmente há Leis Ambientais que protegem o meio ambiente, porém algumas empresa sempre conseguem uma medida de se livrar das punições expressas na mesma, praticamente fugindo de seus deveres e obrigações como cidadão. Com o surgimento da sustentabilidade levantou-se a dúvida de que o investimento para isso seria um dinheiro sem volta. Porém, com estudos e projetos de implantação, foi comprovado o contrário, que além dessas medidas simples de humanidade mudar a saúde do planeta e de todos em que habita nele, pode ser um modelo de se receber retornos financeiros.

As empresas não tem implantado em seu projeto nenhum tipo de reaproveitamento de resíduos ou reciclagem de matéria prima, fazem descarte de possíveis produtos talvez com um preço menor, porém não tendo perda total. Há pesquisas que mostram pequenas empresas que produzem com resíduos de outras grandes empresas, que não tem a mesma visão de reaproveitamento e são bem sucedidas passando uma bela imagem aos seus clientes.

[...] resíduo é igual à matéria-prima que foi comprada, não foi utilizada e foi descartada. Portanto, em P+L resíduo é igual a dinheiro jogado fora. Logo, implantar a Produção mais Limpa significa, também, diminuir os custos com matérias-primas e insumos trazendo, como consequência, ganhos econômicos para a empresa. (FARIAS, 2018).

Praticamente, a sustentabilidade empresarial surgiu com várias modalidades de práticas para salvar o que ainda resta de nosso meio ambiente, como o de tentar informar às empresas o quanto uma produção mais limpa é bem vista no mercado e quantos danos ambientais deixa-se de cometer quando se está dispostos a ter um mundo melhor para várias gerações.

Este artigo tem como objetivo informar e conscientizar as pessoas, cliente, empresas, organizações e indústrias, da evolução que a sustentabilidade ambiental empresaria e tiveram nos últimos tempos, mostrando métodos de implantação desse projeto que conspira a favor da saúde de todos os seres vivos e do meio ambiente, além de que alguns procedimentos ajudam financeiramente às indústrias, ensinando-as sobre a diversidade de reaproveitamento de resíduos e informando que para adquirir uma imagem mais ecológica para a empresa, não se gasta um recurso sem volta, pois a sustentabilidade traz benefícios estratégicos.

Para a realização desse artigo, a metodologia utilizada foi de revisão bibliográfica abordando os principais autores: Almeida (2007), Barbieri (2009), Dias (2009), Manzini e Vezzoli (2008) e Premio Ethos-Valor (2002).

1 CONTAMINAÇÃO AMBIENTAL CAUSADA PELAS EMPRESAS

O fato do meio ambiente ser contaminado por indústrias, tem gerado uma grande repercussão no mundo todo. Como se sabe há vários séculos houve a Revolução Industrial e desde então o meio ambiente está sendo agredido com produtos químicos e resíduos industrializados descartados na natureza, sem antes passar por um processo adequado para que a contaminação não aconteça.

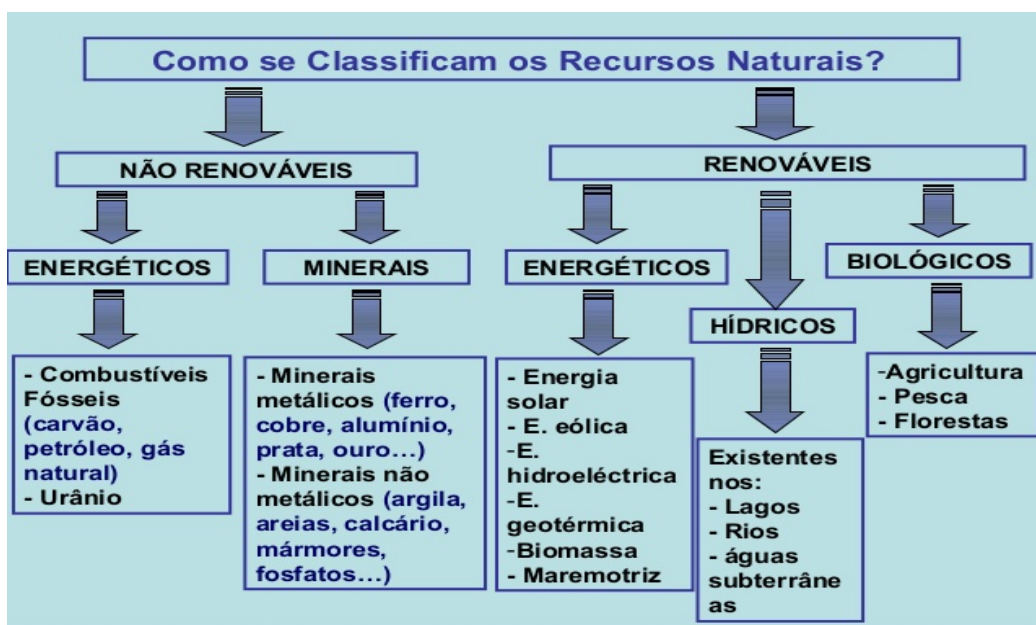
As indústrias tem como matéria prima em seu processo, diversos tipos de recursos naturais, porém, com um conjunto de produtos químicos que se transformam em recurso maléfico à natureza. Um caso preocupante é que quando esses recursos são explorados de forma inadequada ou exagerados, sem o consentimento, pode provocar a escassez desses recursos naturais.

A contaminação do meio ambiente não prejudica somente a natureza, mas também as pessoas, os seres humanos, afetando a saúde. Além disso, quando explorado, esse bem comum para privilégio próprio, os impactos causados na natureza afetará outros seres que não possuem nenhum vínculo com a quem o realiza.

2 RECURSOS RENOVÁVEIS E OS NÃO RENOVÁVEIS (MATÉRIAS PRIMAS)

Muitos recursos naturais não são renováveis, que demoram vários anos ou séculos para se formarem novamente e que o ser humano não pode recolocá-los, como por exemplo: o petróleo, os minérios (carvão de pedra, ferro, cobre, pedras preciosas), sílica, soda caustica, cal, entre outros.

Figura 1: Como se Classificam os Recursos Naturais



Fonte: SARAIVA (2018); Recursos Naturais.

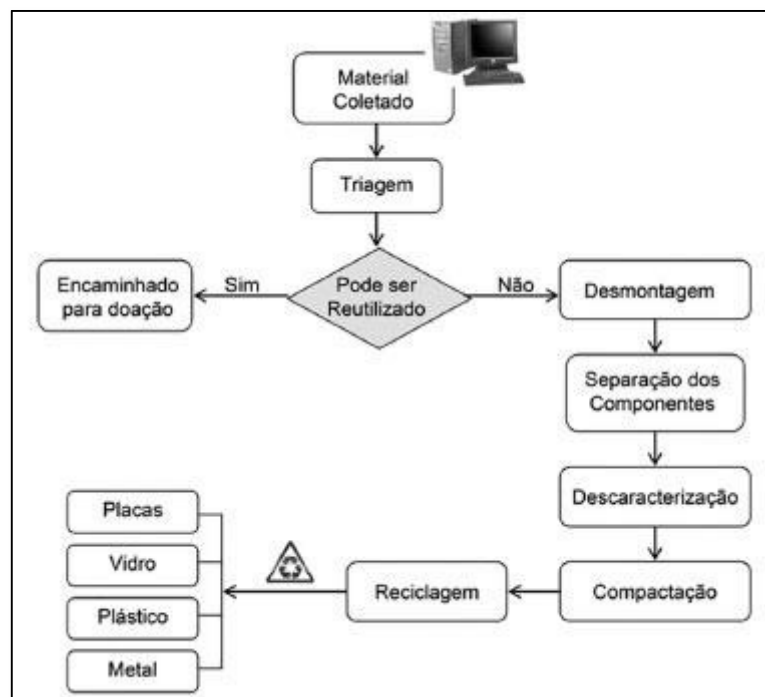
Há também recursos que são renováveis, recursos que o próprio ser humano se tiver sabedoria, pode recolocá-los no meio ambiente, como por exemplo: energia solar, cultivo (café, feijão, milho, mandioca, vegetais, etc.), energia eólica e hidroelétrica. Além disso, o papel, madeira e couro, também são recursos renováveis, porém se forem recolhidos sem descaso ou excesso.

3 REUTILIZAÇÕES DE MATÉRIA PRIMA (RECICLAGEM)

A reutilização de resíduos como matérias prima tem trazido vantagens econômicas para as empresas que usam da sua reciclagem como um meio no seu processo produtivo e até existem negócios de sucesso que utilizam como matéria prima sobras de matérias de outras indústrias que são descartados.

Um exemplo de reutilização é empresas que dá desconto a consumidores que trazem seus aparelhos antigos para comprar um produto novo que tenha a mesma função. A figura 2 abaixo é um fluxograma de processo de reutilização de varias peças de um computador.

Figura 2: Fluxograma de processo de reutilização de peças de computador.



Fonte: Oliveira (2018).

Uma maneira lucrativa em uma organização é o fato de reutilizar os próprios produtos fabricados com defeito, por exemplo: pegar partes das peças de diversos produtos iguais e montar um produto bom e vendê-los por um preço inferior, mesmo que a lucratividade não seja a mesma, não existirá mais perda total desses produtos que nem sempre são descartados corretamente.

4 COMPETITIVIDADE LUCRATIVA

As empresas preservam um nível de competitividade em conjunto com custos, qualidade, tecnologia e inovação, que seria basicamente o que move uma grande empresa lucrativa e de sucesso. Contudo, a gestão ambiental tem ganhado seu espaço nesse conjunto de competitividade, que traz privilégios na produção de diversas formas, porém principalmente redução de custos, como já foi dito, na reutilização de resíduos que são desperdiçados em grande escala.

As indústrias não tem compreensão do valor que deveriam dar para a sustentabilidade empresarial e só será adquirida quando houver falta de recursos

naturais ou quando vista o quanto contamina o meio ambiente e os processos produtivos usados por eles.

Quadro 1: Estratégias das empresas diante da legislação ambiental.

| Opções estratégicas | Descrição |
|----------------------------------|--|
| Não cumprimento | É a opção adotada pelas empresas que não cumprem a legislação ambiental devido aos custos envolvidos ou por terem baixa percepção da importância do fato ambiental. |
| Cumprimento | A organização escolhe uma estratégia reativa, limitando-se a cumprir a legislação vigente. |
| Cumprimento a mais | A empresa adota uma postura proativa em termos de gestão ambiental, adotando uma política ambiental que ultrapassa as exigências legais. As empresas que assumem esta estratégia são as que incorporam instrumentos voluntários de política ambiental, como os selos ecológicos e os certificados de gestão ambiental, como a ISSO 14001. |
| Excelência comercial e ambiental | Estratégia baseada na premissa de que a <i>gestão ambiental é a boa administração</i> . É adotada pelas empresas que busca a excelência ambiental, com foco na quantidade, procurando projetar e desenvolver produtos e processos limpos. Sob esses pontos de vista, essas empresas consideram que a contaminação equivale à ineficiência. |
| Liderança ambiental | As empresas observam as práticas mais avançadas do seu setor econômico e incentivam a sua força de trabalho para <i>“trabalhar com base nua ética ambiental”</i> . De modo geral, são as primeiras a assumir novas medidas de cunho ambiental. |

Fonte: Elaborado a partir de Dias apud Roome (1992, p.54).

Um bom empreendedor deve sempre tentar agradar a todo tipo de clientes, pensando sempre em seu público alvo. Hoje, todo o mundo tem fácil acesso as informações de um determinado produto e de modo geral, cada vez mais as pessoas preocupam-se com a escassez dos recursos naturais não renováveis pelo homem, contudo, produtos com selo ecológico (de empresas que garantem o menor impacto possível no meio ambiente) tem ganhado seu espaço quando se é tratado sobre preservação de recursos esgotáveis, usados de forma inadequada ou exagerada pelas indústrias, que simplesmente fecham os olhos quando se é tratado esse assunto.

Um exemplo das vantagens obtidas por uma empresa ao adotar métodos de gestão que respeitam o meio ambiente é dado pela fabricante de produtos orgânicos Native, do grupo Balbo, de Sertãozinho (SP), que, em 1987, quebrou o paradigma vigente da queima da cana-de-açúcar antes da

colheita. Sofreu diversos problemas, como a invasão de pragas diversas, até que, gradativamente, foram implantadas ações para restabelecer o equilíbrio ambiental nas fazendas da empresa. (DIAS, 2009, p. 54.)

De acordo com Dias (2009), depois que a empresa conseguiu restabelecer o equilíbrio, notou-se que o consumo de água foi menor, pelo fato, de não ter que lavar canas queimadas, antes de passar pelo processo de industrialização. Além disso, o mercado começou a pagar 60% a mais pelos produtos produzidos organicamente.

5 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL

Basicamente, gestão ambiental, luta para resolver problemas ligados ao meio ambiente e que as grandes indústrias produzam de modo sustentável, tendo como suporte o governo, preocupando-se em colocar conceitos para a preservação da natureza na política interna de cada empresa.

O Sistema de Gestão Ambiental surge como uma evolução do conceito de gestão ambiental, pois ele vai além de uma postura reativa, englobando uma visão estratégica em relação ao meio ambiente. Passando a agir não só em função dos riscos, mas também percebendo as oportunidades de mercado com essas atitudes. (CARGNA, 2013).

Pode até parecer que esse “tabu” de que as questões ambientais só trazem custos, não foi quebrada, porém até hoje e não só antigamente, as empresas não cumprem seu papel com a natureza por achar que isso os trariam custos fora do comum e preferem acobertar os danos irreparáveis que eles produzem. Mais poucos sabem olhar para a grandeza da sustentabilidade, o quanto um produto ecológico poderia mudar completamente na imagem da empresa e o quanto preservar o meio ambiente vai diminuir a possível escassez de matérias primas que o homem não pode recolocá-los.

Para que o sistema de gestão ambiental seja integrado com sucesso, deve-se acontecer uma mudança cultural, em que todos dos setores da empresa entendam a importância de uma produção mais sustentável. No mundo em geral, existem indústrias que preocupam-se com os assuntos ambientais, e outras, nem tanto, porém, as imposições comunitárias, apertam essas empresas para que elas assumam as questões ambientais, com tecnologias mais avançadas e produtos ecológicos.

As mobilizações sociais em prol da melhoria do meio ambiente, presentes e ligadas em diversos países, exigem uma “Produção mais Limpa”, deixando as empresas que não segue esses valores, com uma imagem manchada em diversas regiões.

[...] a difusão de uma cultura ambiental, embutida na cultura organizacional, se dá através da troca de liderança, técnicos e outros profissionais que incorporam novos hábitos e costumes e os repassam as demais empresas. (DIAS, 2009, p. 97).

A Cultura Ambiental dentro de uma organização, é a consciência coletiva que se mostra o preço de cuidar do meio ambiente e que as consequências dos atos

podem prejudicar pessoas que não tem ligação direta ou indireta com as mesmas poluidoras.

A ética não deveria ser o único propósito para dar-se o valor devido para o meio ambiente, deveria ser uma motivação comum presente no mundo todo por uma consciência mais ecológica.

6 PRODUÇÃO MAIS LIMPA OU ECOLÓGICA

A Produção mais Limpa conhecida como P+L, é um tipo de gestão estratégica que procura melhorar o rendimento de execução da matéria prima, água, consumo de energia e equipamentos, com a ideia de diminuir os impactos causados na natureza por produtos industrializados, processos de produção, serviços, etc.

Para diminuir os impactos dos Produtos se é necessário mudar desde a extração da matéria prima até o final do processo tendo o consentimento de um design ecológico. Para o Processo de Produção é indispensável substituir matéria prima e a energia reduzindo a utilização tóxica, assim, irá reduzir os impactos com toxicidade e resíduos poluentes. E por último, os Serviços, é preciso implantar a preocupação com o meio ambiente nos projetos da empresa.

Quadro 2: Razões pelas quais não se adota a Produção mais Limpa.

| | Razões | % |
|-------------------|---|----------|
| POLÍTICAS (60%) | Resistência burocrática. | 20 |
| | Tendência conservadoras. | 10 |
| | Legislação descoordenada | 10 |
| | Sensacionalismo dos meios de comunicação de massa. | 10 |
| | Ignorância do publico/falta de informação. | 10 |
| | Subsídios para disposição. | 10 |
| | Escassez de fundos. | 10 |
| FINANCEIRAS (30%) | Vinculado à indústria de resíduos. | 10 |
| | Falta de informações centralizadas confiáveis. | 05 |
| TÉCNICAS (10%) | Falta de apoio ao aplicar minimização dos resíduos às necessidades individuais. | 05 |
| TOTAL | | 100 |

Fonte: DIAS, 2009, p. 129.

A Produção mais Limpa procura chances de melhorias em processos que podem ser estruturais, porém com um objetivo maior em comportamentos da empresa, tentando diminuir os resíduos que serão descartados. O P+L não procura ver como primeira possibilidade a reciclagem, esse método só é usado em casos de última solução, pois procura outros processos de produção ou de substituição de matéria prima.

[...] resíduo é igual à matéria-prima que foi comprada, não foi utilizada e foi descartada. Portanto, em P+L resíduo é igual a

dinheiro jogado fora. Logo, implantar a Produção mais Limpa significa, também, diminuir os custos com matérias-primas e insumos trazendo, como consequência, ganhos econômicos para a empresa. (FARIAS, 2018).

Embora que a Produção mais Limpa possa aumentar os lucros da empresa, deve-se lembrar de que esse não é o objetivo principal dessa estratégia preventiva. O seu objetivo é diminuir ou eliminar os impactos do meio ambiente causada pelas empresas, que está principalmente ligada para evitar desperdício de matéria prima e prevenir que não aconteçam possíveis riscos para a saúde humana.

7 MARKETING AMBIENTAL

O Marketing Ambiental também é conhecido como marketing verde ou ecológico, pelo grande mercado mundial. Porém, cada empresa tem a sua postura interna, em parceria da imprensa, com objetivo principal de preservar a saúde de todos os seres vivos e o meio ambiente em que se vive. Além de chamar atenção de consumidores, que com essa crise ecológica, passaram a comprar produtos sustentáveis, conservando uma imagem benéfica com apoio do consumidor.

Figura 3: Você acredita no Marketing Verde?



Fonte: Peroni; Nidballa; Campos, (2010).

A consciência ambiental adquirida nos últimos tempos tem um grande envolvimento com o aumento da procura desses produtos com design ecológico, assim criando novos tipos de exigências de clientes e um novo marketing.

Esse novo consumidor ecológico manifesta suas preocupações ambientais no seu comportamento de compra, buscando produtos que considera que causam menos impactos negativos ao meio ambiente e valorizando aqueles que são produtos por empresas ambientalmente responsáveis. (DIAS, 2009, p. 139).

Essa ferramenta de ajuda e comando, chamada de marketing ambiental, procura mostrar novos meios de processos, produção, entrega e um descarte mais sustentável, sempre visando a ideia de responder os desejos de seus consumidores, sem esquecer de conseguir gerar lucros para a empresa de maneira socialmente sustentável. Além do mais, que esses tipos de consumidores não ligam em pagar mais por esses produtos ecologicamente corretos, porque sabem que o valor empregado aos produtos é o valor dado a natureza.

8 RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTÁVEL DA EMPRESA

A responsabilidade social e sustentável de uma empresa entende-se pelas promessas econômicas, legais, éticas e a descrição que a sociedade faz da empresa em um determinado período.

As sociedades mundiais junto com as empresas procuram realizar a ideia de um meio ambiente sem estar poluído para diversas gerações, porém, críticas para a sustentabilidade são muitas, algumas de quem aceita as ideias e outras que colocam em dúvida a eficiência. O que dificulta a integridade desse modo de vida empresarial sustentável é a falta da globalização, em outras palavras, a aquisição dela nas organizações de todo o mundo, por grandes e pequenas empresas, que produzem resíduos e contaminações maléficas para o meio ambiente.

Baseada na preocupação, a sustentabilidade, mostra as varias empresas que já passaram de seus limites com desmatamento, escassez de matéria prima, poluição e contaminação (do solo, água, ar, etc.), que foram registrados como gravíssimos em vários problemas encontrados no meio ambiente feito por indústrias.

Uma empresa que trabalha o conceito de que o bom relacionamento com a comunidade é tão importante quanto apresentar ao mercado produtos de qualidade, faz seu produto se tornar altamente valorizado perante uma grande parcela dos consumidores. Aumenta a satisfação dos clientes e até torna-os mais fiel á marca, ganhando vantagens competitivas perante seus concorrentes. A sociedade costuma valorizar empresas que praticam a filantropia ou que protege o meio ambiente [...] (COSTA, 2014).

Um erro cometido em todas as nações em todos os governos e empresas, é o fato de se esperar que algo ou alguém prejudique o meio ambiente, de forma gravíssima, para que uma atitude seja tomada. As empresas por si próprias não deveriam esperar se envolver em escândalos com processos judiciais, por poluição ou degradação do meio ambiente, para começar a agir.

A responsabilidade social e sustentável das empresas não deveria ser realizada só por imagem, é uma questão de ética e respeito, respeito pela comunidade e o mundo, que estão cheios de pessoas que não tem nada a ver com indústrias poluidoras e que não devem pagar pelos erros de outros.

No contexto empresarial, ser socialmente responsável é prever suas ações e realiza-las da melhor forma possível, antecipando as consequências e o alcance de tais ações para o benefício de todos os seus públicos. (Premio Ethos-Valor, 2002; p. 79).

9 SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

Uma empresa que tem em seu projeto a sustentabilidade, tem a ideia de realizar o desejo de conter em sua instituição os conceitos e os objetivos de um progresso sustentável de método resistente e duradouro. Essas empresas procuram um meio de contribuir efetivamente com o progresso sustentável junto com a responsabilidade social.

Um dos grandes fatores que fizeram as empresas começarem a controlar a poluição que fazem, foi o surgimento da Legislação Ambiental, que colocaram a regra das empresas tratarem seus poluentes ao final de seus processos antes de serem descartados. Deste modo, ordenada com a gestão estratégica, o aumento de empresas preocupadas com meio ambiente é gratificante, porém alguns setores sociais reivindicam leis mais rigorosas por uma fiscalização melhor de todas as empresas, indústrias e organizações, para que se possa eliminar ou minimizar as contaminações ao meio ambiente.

Como em tudo tem uma exceção, nesses fatos também se encontra algumas empresas que adotam em seus projetos empresariais propostas de gestão ambiental, criando formas de diminuir a utilização de materiais e energia e também substituindo recursos não renováveis por renováveis dando preferência aos que podem ser reaproveitados reciclando.

[...] uma empresa que recicla seus resíduos sólidos, faz uso racional da água e da energia elétrica, mas adota práticas que visam obter vantagens em concorrências públicas, coloca em risco e não garante os direitos de seus funcionários ou prejudica de alguma forma a economia local, NÃO pode ser considerada uma empresa sustentável. (Sinergia, 2018).

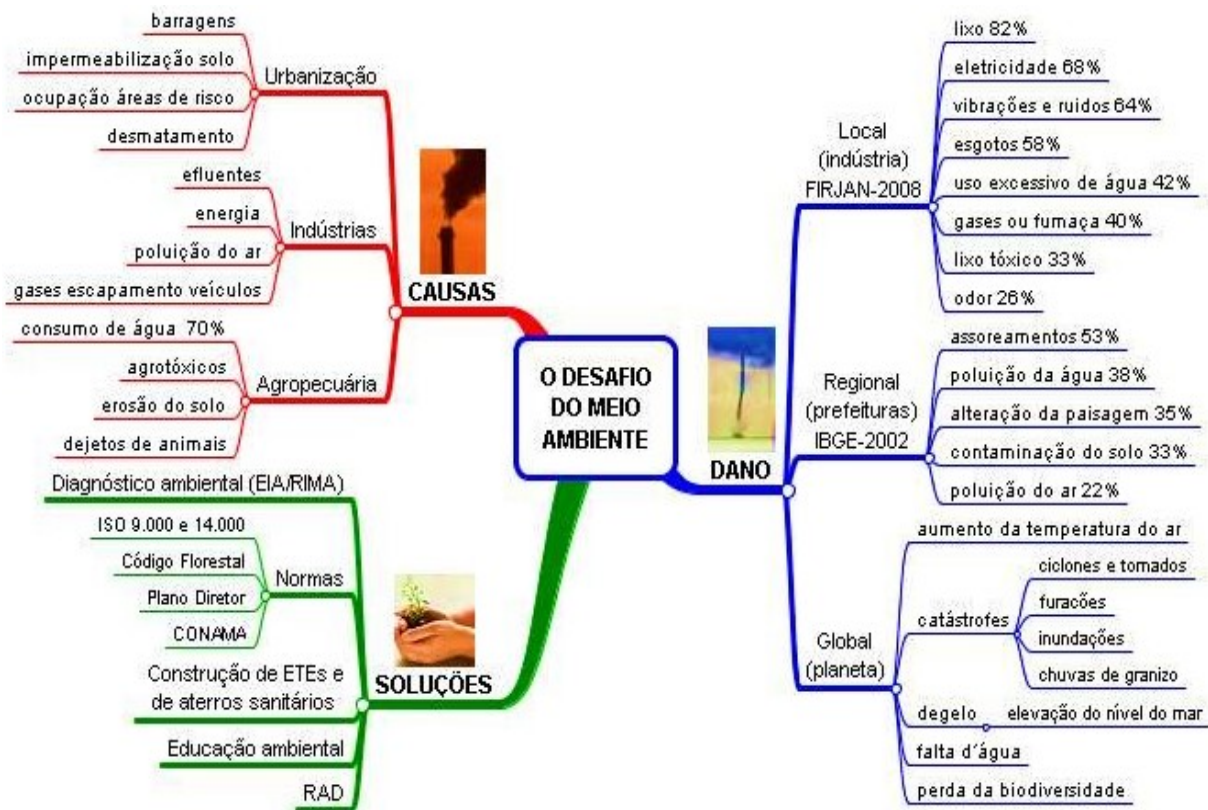
Mas deve-se ficar atento, pois algumas empresas usam esse rótulo de empresa sustentável como estratégia de marketing. Quando a sustentabilidade está presente nas empresas, elas procuram mostrar isso apresentando seus projetos e os resultados já adquiridos.

10 OS DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE

Os desafios que a sustentabilidade vem enfrentando ao longo dos anos não tem mudado muito, os casos que mais chamam a atenção para que uma atitude seja tomada são: degradação da água, CO₂, excesso de lixões, queimadas, exportação ilegal de madeira, cidades sustentáveis, saneamento básico, etc.

As indústrias tem grandes responsabilidades quando se trata desses fatores preocupantes, pois a degradação da água pode acontecer por descarte inadequado de produtos químicos e, a exportação ilegal de madeira só continuara acontecendo por ter pessoas, indústrias e empresas que compram esse tipo de produto.

Figura 4: Mapa Mental: Os Desafios do Meio Ambiente



Fonte: Acidentes/Riscos/Ambientais/O Desafio do Meio Ambiente, UFRRJ (2018).

A sustentabilidade ainda irá enfrentar muitas dificuldades referentes as grandes organizações que acreditam que implantar uma gestão sustentável só traz gasto e nenhum benefício próprio (talvez de forma economicamente falando) para a empresa.

Porém, os consumidores estão cada vez mais procurando produtos que venham de empresas sustentáveis, e isso teve um impacto maior nas empresas do que na própria legislação ambiental. Produtos com selo de produção mais limpa passam uma imagem mais bonita e atrativa no mercado e seus consumidores estão mudando as empresa. Então, não basta simplesmente as empresas mudarem, os consumidores tem que mudar também; se clientes não adquirirem produtos que não tem um processo de fabricação sustentável possivelmente esses produtos sairão de circulação, obrigando as empresas a mudarem os seus projetos e buscando maneiras melhores de acontecer seus processos de produção.

Com parceria do governo, do estado, da legislação ambiental (mais eficiente) e contando com a consciência de todos os seres humanos, talvez a sustentabilidade empresarial não seja uma causa perdida, pois com a colaboração e a conscientização de todos, torna-se uma causa impossível de virar um projeto incrível.

CONCLUSÃO

O principal argumento desse artigo é informar as pessoas, clientes, organizações e indústrias, da importância que se deve dar à Sustentabilidade Ambiental Empresarial. Quem adquirir produtos de empresas que garante e mostra que se preocupa realmente com o meio ambiente traz um alívio para as próximas

gerações. Além de que, possíveis pequenas mudanças podem ser muito viáveis para o bolso e principalmente para a saúde.

Diversos programas de defesa do meio ambiente existem pelo mundo, porém, nem todos são eficientes e eficazes. Muitos desses programas e projetos não são se quer respeitados e isso é uma grande barreira que a sustentabilidade procura derrubar todos os dias.

A Sustentabilidade Ambiental Empresarial é cercada de amplas possibilidades de implantação nos projetos das empresas, e o mais interessante, é que possivelmente irá gerar lucros economicamente falando, talvez esperados ou inesperáveis às indústrias. A reutilização (ou reciclagem) de resíduos que geralmente são descartáveis, por exemplo, poderiam voltar a ser matéria prima, transformando em uma imagem mais ecológica e sendo atrativo financeiramente.

Além disso, o consumidor tem o seu papel fundamental em todo esse processo de produtos químicos, pois quando os clientes começaram a preferir produtos ecologicamente corretos algumas empresas tiveram que mudar suas teorias e práticas de processo para que seus produtos voltassem a serem vendidos.

Algumas organizações em um ato de desespero, resolveram colocar em seus produtos selos para mostrar que eles praticavam a sustentabilidade e que o design ecológico era presente em seu ambiente de trabalho sem que isso fosse verdade. Logo essas foram descobertas e desmascaradas, pois empresas que realmente praticam esse ato mostram resultados de suas façanhas.

Finalizando, esses atos de humanidade mudam a imagem das empresas de uma maneira boa, porém cabe a elas decidirem se vale a pena ou não. E em quanto nada de concreto for feito o nosso planeta continuará sendo destruído por contaminação que deixam pessoas inocentes doentes, por desperdício e degradação que provoca a escassez, por queimadas que fazem uma grande quantidade de CO₂ que provoca o efeito estufa, etc. Nem tudo o que o ser humano tira da natureza é capaz de devolver, mas todos os esforços possíveis para que a nossa grandeza, chamada meio ambiente, não se acabe são válidos e deveriam ter um valor inestimável.

REFERÊNCIAS

ACIDENTES/RISCOS/AMBIENTAIS/O DESAFIO DO MEIO AMBIENTE, UFRRJ (2018); **Mapa mental o desafio do meio ambiente**. Disponível em: <<http://www.ufrrj.br/institutos/it/de/acidentes/mma9.htm>> Acesso em: 4 Maio 2018.

ALMEIDA, Fernando; **Os desafios da sustentabilidade: uma ruptura urgente**; local: Campus ElServier (2007).

BARBIERI, José Carlos; e Cajazeira, Jorge Emanuel Reis; **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**; local: Saraiva 2009.

BETTIM, Felipe (2011); **Marketing ambiental: conceitos e aplicação**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/producao-academica/marketing-ambiental-conceitos-e-aplicacao/4050/>> Acesso em: 27 Abr. 2018.

BRUNO PERONI, FERNANDA NIDBALLA E ROGERIO CAMPOS (8 jun. 2010); **Green Marketing**; SlideShera. Disponível em:

<<https://pt.slideshare.net/fpnidballa/apresentao-marketing-verde>> Acesso em: 4 Maio 2018

COLÉGIO WEB (2014); **Recursos naturais** – renováveis e não renováveis. Disponível em: <<https://www.colegioweb.com.br/geografia/recursos-naturais-renovaveis-e-nao-renovaveis.html>> Acesso em: 25 Abr. 2018.

COSTA, Pedro Henrique (2014); **Responsabilidade social empresarial**. Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/acoes-cfa/artigos/usuarios/responsabilidade-social-empresarial>> Acesso em: 2 Maio 2018.

DIAS, Reinaldo; **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentável**; local: Atlas, 2009.

FARIAS, Caroline (2018); **Produção mais limpa**. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/economia/producao-mais-limpa-pmais/>> Acesso em: 26 Abr. 2018.

GPABRASIL (2017); **O que são recursos naturais renováveis?** Disponível em: <<https://www.gpabrasil.com.br/meio-ambiente/o-que-sao-recursos-naturais-renovaveis/>> Acesso em: 25 Abr. 2018.

MANZINI, Ezio; e Vezzoli, Carlos; **O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**; local: Edusp, 2008.

OLIVEIRA, Camila Reis de (2018); **Reciclagem do lixo de informática: uma oportunidade para a química**; Scielo. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-40422012000700035> Acesso em: 4 Maio 2018.

PLANTIER, Renato Duarte; **Desafios do Meio Ambiente: 10 Problemáticas Verdes**. Disponível em: <<http://meioambiente.culturamix.com/desastres-naturais/desafios-do-meio-ambiente-10-problematicas-verdes>> Acesso em: 3 Maio 2018.

PREMIO ETHOS-VALOR; **Responsabilidade social das empresas**; local: Peiropolis, 2002.

SARAIVA, Helena (26 out. 2010); **Recursos naturais**; SlideShera. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/lenitagentil/recursos-naturais-5565055>> Acesso em: 4 Maio 2018.

SINERGIA, Engenharia do meio Ambiente (2018), **Afinal, o que é uma empresa sustentável?** Disponível em: <<http://www.sinergiaengenharia.com.br/afinal-o-que-e-uma-empresa-sustentavel/>> Acesso em: 30 Abr. 2018.

VGREISDUOS (2017); **Reciclagem: formas de utilização dos resíduos com matéria prima**. Disponível em: <<https://www.vgresiduos.com.br/blog/reciclagem-formas-de-utilizacao-do-residuo-como-materia-prima/>> Acesso em: 25 Abr. 2018.