

## SUSTENTABILIDADE EM EMPRESAS DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

Larissa Cristina de Souza Schaefer – Faculdade Sociesc de Blumenau –  
larilarissinha14@gmail.com

Michael Samir Dalfovo – Faculdade Sociesc de Blumenau – [msdalfovo@gmail.com](mailto:msdalfovo@gmail.com)

### 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 gerando 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 ser 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 e legitimidade (SCOTT, 1995). Conforme Maimon (1996) o resultado da ampliação desse assunto fez com que ocorresse novas pressões perante à sociedade, por meio de protestos sociais, resultando em novas leis. Tais mudanças afetam intensamente os ambientes político e social em que a empresa atua, originando novas diretrizes e limitações para que a mesma opere de forma eficaz, perante uma ótica que considere apenas a maximização do retorno financeiro aos proprietários.

Contribuindo com estudos na área o objetivo deste estudo é analisar os fatores que compõem a sustentabilidade para as organizações de comércio e serviços.

O presente artigo inicia-se pela definição da sustentabilidade organizacional com base no tripé da sustentabilidade considerando os aspectos ambientais, econômicos e sociais que giram em torno das organizações, mostrando como as organizações devem implementá-las e qual as vantagens de se implantar a sustentabilidade organizacional. Posteriormente, segue o capítulo de procedimentos metodológicos. Na sequência tem-se a análise dos dados e as considerações finais.

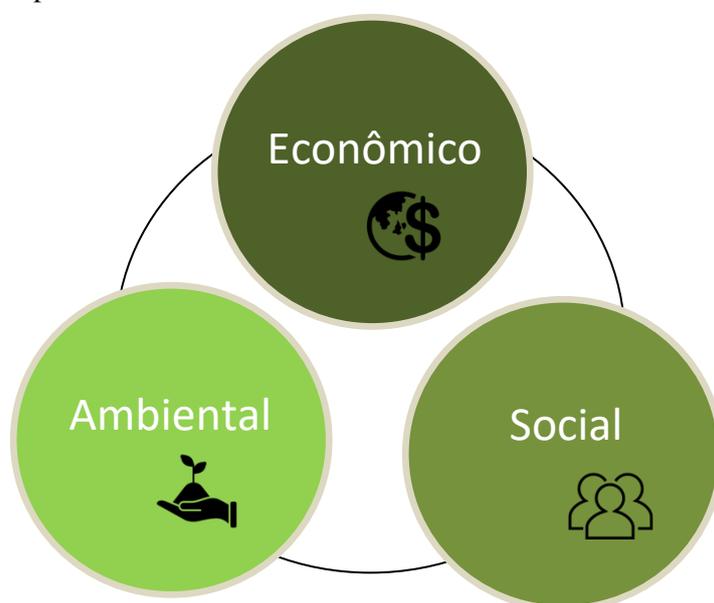
### 2 REVISÃO DE LITERATURA

Muitas das questões sociais e ambientais estão enraizadas em padrões insustentáveis de desenvolvimento industrial e econômico. Conseqüentemente, impulsionados por fatores de mercado e regulatórios com o objetivo de criar uma vantagem competitiva, as empresas estão desenvolvendo novas abordagens de sustentabilidade diversificada (HAHN E SCHEERMESSER, 2006). Tais abordagens e conceitos serão abordados neste trabalho.

#### 2.1 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.

Figura 1 – Tripé da Sustentabilidade



Fonte: Adaptação dos três pilares de John Elkington (1994)

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.

Pode-se dizer então que a sustentabilidade é evoluir ante si mesmo e também a colaboração entre a organização e seus stakeholders, a junção dessas duas partes é que fazem com que a evolução da mesma ocorra e para as empresas que procuram o reconhecimento em longo prazo, é necessário se preocupar com a futura situação do planeta, buscando agir de maneira sustentável em todas as suas ações.

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 E SILVA, 2018)

No Quadro 1 North (1992), mostram tópicos as vantagens de ser uma organização sustentável em suas ações e em seus produtos.

Quadro 1 - Benefícios de ser uma empresa sustentável.

<b>Benefícios Econômicos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Economia de custos;</li><li>• Economias devido à redução de água, energia e outros insumos;</li><li>• Economias devido à reciclagem, venda e aproveitamento de resíduos;</li><li>• Redução de multas e penalidades por poluição.</li></ul>
<b>Benefícios de Receitas</b>

- Aumento da construção marginal de “produtos verdes” que podem ser vendidos a preços mais baixos;
- Aumento na participação no mercado devido à inovação dos produtos e menos concorrência;
- Linhas de produtos para novos mercados;
- Aumento da demanda para produtos que contribuam para a diminuição da população.

#### **Benefícios Estratégicos**

- Melhoria da imagem institucional;
- Renovação de portfólio de produtos;
- Aumento da produtividade;
- Redução de multas e penalidades por poluição;
- Alto comprometimento do pessoal;
- Melhorias nas relações de trabalho;
- Melhoria e criatividade para novos desafios;
- Melhoria nas relações com os órgãos governamentais, comunidade e grupos ambientais;
- Acesso assegurado ao mercado externo;
- Melhor adequação aos padrões ambientais.

Fonte: North (1992)

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;

## 2.2 SUSTENTABILIDADE ESTRATÉGICA

Para Porter e Kramer (2011) a sustentabilidade estratégica refere-se aos investimentos ligados ao negócio central ou core business da empresa que se baseiam nos problemas e nas restrições sociais e ambientais existentes. Complementando, Hart e Milstein (2003) dizem que as organizações que seguem esta abordagem de sustentabilidade procuram identificar os problemas ambientais e sociais para transformá-los em oportunidades de negócio. Além disso, a sustentabilidade estratégica minimiza riscos e custos originados da geração de lixo, da poluição e do consumo excessivo, melhorando a quantidade e tipos do uso de recursos e gerando assim ganhos generalizados de eficiência na organização. Portanto, empresas que investem em sustentabilidade estratégica, durante épocas de crise financeira, por exemplo, são menos afetadas em seu desempenho a longo prazo e estão mais preparadas para este tipo de acontecimento.

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 comprometerimentos com a sustentabilidade. (BONN; FISCHER, 2008).

De acordo com o site do Protocolo de Kyoto (2019) é um tratado internacional que entrou em vigor no ano de 2005 com o objetivo de fazer com que os países desenvolvidos e dos países que estão em transição econômica se comprometessem em reduzir a emissão de gases de efeito estufa, para amenizar os impactos causados pelo aquecimento global. Além disso, nos encontros que ocorrem são realizadas discussões para estipular metas e criar meios de desenvolvimento que não sejam prejudiciais ao planeta Terra. Simplificando, a lógica do Protocolo é limitar permanentemente as emissões de GEE (Gases de Efeito Estufa).

Das ações apresentadas para o cumprimento deste protocolo existem três Mecanismos de Flexibilização, (PROTOCOLO DE KYOTO, 2019):

- Implementação Conjunta (CI) - mecanismo que incentiva a criação de projetos que reduzam a emissão dos gases estufa. Quando dois ou mais países desenvolvidos criam projetos para redução de gases podem fazer uma posterior comercialização;
- Comércio de Emissões ou Comércio Internacional de Emissões (CIE) - é um mecanismo em que os países desenvolvidos que já reduziram a emissão de gases além de sua meta, podem comercializar o excedente de suas emissões para países que não atingiram a meta;
- Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL) - mecanismo que auxilia na redução dos gases estufa. Ele consiste na implementação de projetos para o desenvolvimento sustentável que auxiliam na redução ou captura de gases poluentes. Com isso, os países recebem um certificado chamado 'Reduções Certificadas de Emissões',

emitido pelo Conselho Executivo do MDL podendo ser comercializados no mercado internacional.

O MDL (Mecanismo de Desenvolvimento Limpo) é oriundo de uma proposta brasileira que foi formulada durante a Conferência de Kyoto, que nada mais é que um mecanismo de flexibilidade onde permite que as nações industrializadas alcancem parte de suas obrigações por meio de implementação de projetos e que em países em desenvolvimento reduzam as emissões ou removam o gás de efeito estufa da atmosfera. Os países que possuem condições de implementar projetos de MDL, como no caso do Brasil, existem esforços em andamento entre o governo e empresas públicas e privadas com projetos negociáveis. (PROTOCOLO DE KYOTO, 2019)

De acordo com o próprio site do Rio 92 (2019) foi a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro, entre os dias 3 e 14 de junho de 1992, até o momento foi à maior reunião de chefes de Estado da história da humanidade, contando com a participação de 179 países. Seu principal tema foi à discussão sobre o desenvolvimento sustentável e como reverter o atual processo de degradação ambiental.

Estavam presentes nos dois principais eventos da Conferência cerca de 20 mil pessoas, pertencentes a mais de 9 mil organizações não-governamentais, tais eram: a Cúpula da Terra (reunião dos chefes de Estado) e o Fórum Global (evento paralelo, promovido pela sociedade). (RIO, 2019)

De acordo com o site da Agenda 21 (2019) foi o principal compromisso assumido tornando-se a mais completa e ousada tentativa de promover, em escala planetária, um novo padrão de desenvolvimento, aliando métodos de justiça social, proteção ambiental e eficiência econômica.

Além da Agenda 21, inúmeros protocolos, acordos e convenções foram firmados durante a Conferência (AGENDA 21, 2019):

- Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – possui 27 princípios para guiar os países nas suas políticas de desenvolvimento sustentável.
- Convenção sobre Diversidade Biológica – seus objetivos são a conservação da biodiversidade, o uso sustentável de seus componentes e a divisão equitativa e justa dos benefícios gerados com a utilização de recursos genéticos.
- Convenção Quadro sobre Alterações Climáticas – seu objetivo é estabilizar a concentração de gases do efeito estufa (GEE) na atmosfera, para evitar interferências no sistema climático. Os países com maiores emissões desses gases deveriam ter o maior índice de redução. A partir das negociações, foram elaborados importantes documentos, como o Protocolo de Kyoto, em 1997, que chegou a ficar mais conhecido do que a própria Convenção do Clima.
- Declaração de Princípios sobre Florestas – tem como objetivo contribuir para a gestão, conservação e desenvolvimento sustentável das florestas além de prover múltiplas funções e usos, levando em conta que as partes mantenham avaliações para garantir usos adequados das florestas e formando assim uma cooperação internacional de usos sustentáveis. Aplica-se para todos os tipos de florestas, naturais ou plantadas, de todas as regiões geográficas e zonas climáticas.

- Convenção sobre Combate à Desertificação – fruto de uma solicitação da Rio-92 à Assembleia Geral da ONU, entrou em vigor em dezembro de 1996 e lida com desafios de superação da pobreza nas regiões áridas e semiáridas e medidas de controle da desertificação.

A Rio+20 - Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada no Rio de Janeiro do dia 13 ao dia 22 de junho de 2012, foi nomeada assim pelo marco dos vinte anos de realização da Rio-92 e contribuiu para a definição da agenda do desenvolvimento sustentável para as próximas décadas. O grande objetivo desta Conferência foi à renovação do compromisso político com o desenvolvimento sustentável, por meio das lacunas na realização das decisões aplicadas pelas principais cúpulas sobre o assunto, da avaliação do progresso e do tratamento de novos e consequentes temas. (RIO+20, 2019)

Foram debatidos dois temas principais durante a Conferência do Rio+20 (2019):

- A economia verde no contexto do desenvolvimento sustentável e da erradicação da pobreza; e
- A estrutura institucional para o desenvolvimento sustentável.

A Rio+20 foi realizada em três momentos: a III Reunião do Comitê Preparatório que ocorreu nos primeiros dias, de 13 a 15 de junho de 2012, onde se reuniram representantes governamentais para negociar os documentos adotados na Conferência. Em seguida, foram realizados os Diálogos para o Desenvolvimento Sustentável que ocorreram nos dias 16 a 19 de junho de 2012. Por último, foi realizado o Segmento de Alto Nível da Conferência ocorrido nos dias 20 a 22 de junho de 2012, onde se confirmou a presença de diversos Chefes de Estado e de Governo dos países-membros das Nações Unidas (RIO+20, 2019).

De acordo com o próprio site da Agenda 2030, diz que a mesma é um plano de ação pensado em um todo, ou seja, nas pessoas, no planeta e na prosperidade, até 2030, buscando firmar a paz universal. Esta agenda foi criada em Setembro de 2015 por meio do reconhecimento do maior desafio global, que é a erradicação da pobreza em todas as suas dimensões e formas, este que é um requisito indispensável para o desenvolvimento sustentável de uma nação. O plano indica 17 ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e 169 metas, para extinguir a pobreza e promover uma vida digna para todos, não ultrapassando os limites do planeta. Estes objetivos e metas são totalmente esclarecidos, para que todos os países adotem de acordo com suas próprias prioridades e atuem no espírito de uma parceria global que orienta as escolhas necessárias para melhorar a vida das pessoas, tanto agora quanto no futuro.

Figura 2 – Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:



Fonte: Plataforma Agenda 2030 (2015)

Após adotarem o documento “Transformando o Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável” (A/70/L.1), que nada mais é que um guia para as ações e atitudes da comunidade internacional dos próximos anos, estes países comprometeram-se em tomar medidas ousadas e transformadoras para promover o desenvolvimento sustentável nos próximos 15 anos sem deixar nada e nem ninguém para trás como consta no site oficial da Agenda.

**Quadro 2: Estudos Correlatos e Formação das Variáveis que Compõem o Tema Sustentabilidade em empresas de comércio e serviços**

Autores	Objetivo	Segmento	Itens
<b>PAZ, F. J. KIPPER, L. M. (2016)</b>	Sustentabilidade nas organizações.	Bibliometria	Sustentabilidade nas organizações.  Tripé da sustentabilidade.  Modelo de sustentabilidade.
<b>IMPERADOR, A. M. SILVA, M. V. H. (2018)</b>	Sistema de Mensuração do Desenvolvimento Sustentável (SMDS).	Bibliometria	Sustentabilidade corporativa  Indicadores de sustentabilidade  Sistema de Mensuração do Desenvolvimento Sustentável (SMDS).
<b>BERLATO, L. F. SAUSSEN, F. GOMEZ L. S. R. (2016)</b>	Desenvolvimento sustentável e gestão de marcas.	NSA	Desenvolvimento sustentável  Gestão de marcas
<b>GALLARDO, A. L. C. F. WINANDY, A. J. C. SIQUEIRA, J. P. L. HOURNEAUX Jr, F. (2017)</b>	Sustentabilidade e varejo supermercadista.	Redes internacionais e nacionais supermercadistas	Sustentabilidade  Política ambiental  Varejo supermercadista  Impacto ambiental
<b>DINIZ, M. L. F. CALLADO, A. L. C.</b>	Modelo de Mensuração	Gestores e profissionais responsáveis por práticas	Sustentabilidade empresarial

(2017)		sustentáveis.	Modelo de Mensuração
<b>CRISÓSTOMO, V. L. CARNEIRO, C. M. B. GOMES, L. A. S. (2018)</b>	Índice de Sustentabilidade Empresarial.	Bibliometria	Responsabilidade social corporativa  Sustentabilidade  Índice de Sustentabilidade Empresarial
<b>PACCIOTTI, A. (2016)</b>	Empresa social	Pessoas selecionadas e entrevistadas que possuíam duas características: por um lado, tinham funções de gerenciamento de topologia dentro das empresas e, por outro lado, tinham que ter uma experiência temporal significativa para descrever os diferentes eventos que haviam experimentado ao longo do tempo.	Economia social  Cooperativa social  Sustentabilidade  Inovação
<b>HAHN, T. FIGGE, F. PINKSE, J PREUSS, L. (2017)</b>	Aspectos de sustentabilidade.	NSA	Sustentabilidade corporativa  Aspectos descritivos, instrumentais e normativos
<b>SEARCY, C. (2016)</b>	Sustentabilidade empresarial.	NSA	Sustentabilidade empresarial  Redes de fornecimento  Contexto de sustentabilidade  Medição de desempenho
<b>FORMENTINI, M. TATICCHI, P. (2016)</b>	Gestão sustentável da cadeia de suprimentos.	Altos executivos, diretores de sustentabilidade	Sustentabilidade corporativa Gestão sustentável da cadeia de suprimentos

Fonte: Construído a partir da revisão da literatura (2019).

Ao analisar o Quadro 2 que corresponde aos estudos empíricos acerca da temática sustentabilidade em empresas de comércio e serviços, percebe-se que as principais dimensões abordadas se referem

a responsabilidade social, sustentabilidade organizacional, os aspectos da sustentabilidade e quais os seus indicadores.

A dimensão Responsabilidade Social pode-se observar no trabalho de **CRISÓSTOMO, V. L., CARNEIRO, C. M. B. e GOMES, L. A. S. (2018)** que se trata sobre a responsabilidade social que as organizações necessitam ter, fala também sobre as organizações que optam pelo estilo sustentável e como estes devem se portar mostrando também o índice de sustentabilidade empresarial.

A dimensão Aspectos da Sustentabilidade pode-se observar no trabalho de **HAHN, T., FIGGE, F., PINKSE, J e PREUSS, L. (2017)** onde se trata sobre os aspectos descritivos, instrumentais e normativos da sustentabilidade assim como a sustentabilidade corporativa, seu conceito e como deve ser aplicada nas organizações.

A dimensão Indicadores de sustentabilidade pode-se observar no trabalho de **IMPERADOR, A. M. e SILVA, M. V. H. (2018)** onde é explicado os conceitos e quais os indicadores de sustentabilidade existentes atualmente que poderão ser utilizados no dia a dia de cada organização optante deste estilo, mostram também o Sistema de Mensuração do Desenvolvimento Sustentável (SMDS).

A dimensão Sustentabilidade Organizacional pode-se observar nos trabalhos de **BERLATO, L. F., SAUSSEN, F., GOMEZ L. S. R. (2016)** onde abrangem os assuntos conceituais da sustentabilidade organizacional e seu desenvolvimento, abrange também a gestão de marcas unindo estes dois temas em uma estratégia em branding. **GALLARDO, A. L. C. F., WINANDY, A. J. C., SIQUEIRA, J. P. L. e HOURNEAUX Jr, F. (2017)** seguem a mesma linha de raciocínio em relação a sustentabilidade organizacional porém no setor do varejo supermercadista explicando as políticas e os impactos ambientais das organizações deste setor. **CRISÓSTOMO, V. L., CARNEIRO, C. M. B., GOMES, L. A. S. (2018)** abrangem o assunto de sustentabilidade organizacional focando seu trabalho nos índices de sustentabilidade empresarial analisando a evolução, a adesão e a continuidade das organizações no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3. Os autores **DINIZ, M. L. F. e CALLADO, A. L. C (2017)** falam sobre o modelo de mensuração por meio do Grid de sustentabilidade empresarial (GSE) nas empresas do setor gráfico. Já **PACCIOTTI, A. (2016)** abrange este assunto mostrando a sustentabilidade como um meio de inovação das empresas sociais. **SEARCY, C. (2016)** busca identificar os principais requisitos para medir a sustentabilidade empresarial e os autores **FORMENTINI, M. e TATICCHI, P. (2016)** procuram mostrar como as abordagens de sustentabilidade corporativa são implementadas e alinhadas com os mecanismos de governança no nível da cadeia de suprimentos dentro das organizações por meio de uma investigação empírica.

Quanto ao segmento, percebe-se que em sua maioria os estudos se delinham para profissionais no mínimo em cargo de gerência. Além disso, esse tema é muito explorado no setor industrial a saber: têxtil, automobilístico e energia. Foram também percebidos estudos com interesse em analisar o tema x em organizações de comércio e serviço, principalmente no varejo e campo da tecnologia da informação. Falar dos principais achados dos estudos. Fica em torno de uma página de explicação.

### 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 qualitativa.

O método de coleta adotado no estudo caracteriza-se como survey questionário de levantamento, que para Fink e Kosecoff (1985) define-se em um método para levantar dados acerca dos sentimentos, ideias, planos e crenças de cada indivíduo, assim como suas origens financeiras, sociais e educacionais.

Neste estudo foi utilizado como instrumento de coleta o questionário. O questionário utilizado buscou identificar os fatores que compõem o tema sustentabilidade em empresas de comércio e serviços. O modelo foi aplicado por meio eletrônico ou inquérito. O questionário possui XX questões e utilizou escala likert de 7 pontos.

### Figura 3 – Escala Likert

Discordo Totalmente			Concordo Totalmente			
1	2	3	4	5	6	7

Fonte: Dados da pesquisa (2014).

A população do estudo são empresas do Ramo Comércio e Serviço de uma determinada região do sul do Brasil. A amostra utilizada para esta pesquisa é do tipo não probabilística por conveniência, que para Honorato (2004) é a amostragem que se confia no julgamento do pesquisador, ou seja, não se utiliza uma seleção aleatória. Para definição da quantidade de respostas foi utilizado o cálculo de erro amostral apresentado por Barbetta (2002) considerando a população como infinita e erro amostral de 5% obteve um total mínimo de 400 respondentes conforme apresenta o cálculo:

$$No = 1/e^2 - No = 1/(5\%)^2 - No = 1/(5/100)^2 - No = 1/(0,005)^2 - No = 1/(0,0025) - No = 400$$

A análise dos dados ocorreu via software SPSS por meio da estatística descritiva. Huot (2002) explica que a estatística descritiva é um conjunto das regras e técnicas que expressam a informação recolhida por meio de uma amostra ou população, sem nenhuma distorção ou perda de informação.

Para validar os fatores nas dimensões propostas foram utilizados os testes estatísticos por meio do software SPSS. De acordo com Huitema (1938) a análise de variância (ANOVA) é uma estrutura explicativa formal que contém três componentes usados para explicar as pontuações das variáveis dependentes. Essa estrutura leva a um interesse em calcular a quantidade total de variação em um experimento que é mais especificamente definida como a soma total de quadrados.

Hair Jr. et al (2009) descreve que a análise fatorial exploratória é empregada na identificação de agrupamentos entre as respostas obtidas das questões sobrepostas. Para que esta análise possa acontecer é necessário que o modelo seja avaliado primeiro isoladamente e após em conjunto. É imprescindível a análise fatorial exploratória e confirmatória para a validação do modelo de análise (HAIR, JR; et al, 2009). Desta forma, entende-se que todas as questões e seus respectivos grupos

são existentes e se procedeu a análise confirmatória. Nesse tipo de análise foram consideradas as estimativas dos valores para os testes estatísticos, índices de ajustes do modelo proposto no estudo como GFI, AGFI, Qui-Quadrado sobre Graus de Liberdade, PNFI, TFI, CFI, RMSEA estão de acordo como recomendado pelo autor (HAIR, JR. *et al*, 2009).

## 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.
- BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada as Ciências Sociais**. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2002
- FURTADO, J. S. **Sustentabilidade empresarial: guia de práticas econômicas, ambientais e sociais**. Salvador: NEAMA/CRA, 2005. 177 p. ; 23 cm
- HAHN, T., SCHEERMESSER, M., 2006. Approaches to corporate sustainability among German companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 13 (3), 150-165
- HAIR JR, J. F.; et al. **Análise Multivariada de Dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009
- HART, S. L. & MILSTEIN, M. B. (2003). Creating sustainable value. *Academy of Management Executive*, 17(2), 56-67. doi: 10.5465/AME.2003.10025194
- HONORATO, G. *Conhecendo o Marketing*. Barueri, SP: Manole, 2004.
- HUOT, R. (2002). **Métodos quantitativos para as ciências humanas** (tradução de Maria Luísa Figueiredo). Lisboa: Instituto Piaget.
- HUITEMA, B. E., 1938- *The analysis of covariance and alternatives* / Bradley Huitema. – 2nd ed. p. cm. – (Wiley series in probability and statistics)
- 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.
- 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.

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.

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.

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

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

MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

RODRIGUES, Airton (org.). Pesquisa mercadológica. (Coleção Bibliografia Universitária Pearson). São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.