



## CONSCIENTIZAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL: UM ESTUDO DE CASO A PARTIR DE PRÁTICAS AMBIENTAIS SUSTENTÁVEIS

Rythel da Silva CARDOSO, Universidade Federal do Amapá, cardosorythel@gmail.com  
Ronalty Oliveira ROCHA, Universidade Federal do Amapá, ronaltyrocha@gmail.com  
Luiz Camillo Pereira CARDOSO, Universidade Federal do Amapá,  
luizcpereiracardoso@gmail.com

*Referência:*

CARDOSO, Rythel da Silva; ROCHA, Ronalty Oliveira; CARDOSO, Luiz Camillo Pereira. Conscientização e educação ambiental: um estudo de caso a partir de práticas ambientais sustentáveis. . In: SIMPPA - SIMPÓSIO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. 4., 2024, Maringá. **Anais eletrônico...** Maringá: PPA, 2024. p. 16-32. Disponível em: <https://ppa.uem.br/iv-simppa-2024x/anais>. Acesso em: 25 nov. 2024.

### RESUMO

O foco desta pesquisa é a conscientização e educação ambiental, abordando um estudo de caso sobre práticas sustentáveis. O objetivo principal foi analisar como a gestão administrativa de uma empresa de gestão de resíduos influencia a adoção de práticas ambientalmente sustentáveis e a sensibilização de seus funcionários. O estudo adotou uma abordagem qualitativa, com uso de estudo de caso. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas com as principais áreas de gestão da empresa estudada, a saber: Recursos Humanos, Marketing, Contratos e Finanças. No embasamento teórico foram discutidos os seguintes temas: corporações e sustentabilidade, educação e sensibilização ambiental no contexto empresarial. A análise dos dados foi realizada por meio de um apanhado analítico para pesquisas qualitativas e apresentada conforme as categorias estabelecidas: Preocupações ambientais, práticas sustentáveis e conscientização ambiental. Os resultados obtidos confirmam que a atuação conjunta da gestão administrativa desempenha um papel crucial e relevante na obtenção de resultados na promoção de práticas ambientais sustentáveis e na sensibilização ambiental dos colaboradores.

**Palavras-chave:** Preocupações ambientais. Práticas Sustentáveis. Conscientização ambiental.

## **ENVIRONMENTAL AWARENESS AND EDUCATION: A CASE STUDY FROM SUSTAINABLE ENVIRONMENTAL PRACTICES**

### **ABSTRACT**

The focus of this research is environmental awareness and education, using a case study approach to examine sustainable practices. The main objective was to analyze how the administrative management of a waste management company influences the adoption of environmentally sustainable practices and the awareness of its employees. The study adopted a qualitative approach, utilizing a case study method. Data were collected through semi structured interviews with key management areas of the company under study, namely: Human Resources, Marketing, Contracts, and Finance. The theoretical framework discussed themes such as corporations and sustainability, environmental education, and awareness in the business context. Data analysis was conducted through an analytical framework for qualitative research and presented according to established categories: environmental concerns, sustainable practices, and environmental awareness. The results confirmed that the joint efforts of administrative management play a crucial and relevant role in achieving results in promoting sustainable environmental practices and raising environmental awareness among employees.

**Keywords:** Environmental concerns. Sustainable practices. Environmental awareness.

### **1 INTRODUÇÃO**

A preocupação com a preservação do meio ambiente tem se intensificado nos últimos anos, devido aos diversos problemas ambientais como poluição, desmatamento e escassez de recursos naturais (Machado; Garrafa, 2020) que afetam a qualidade de vida. Esses problemas são geradores de impactos negativos ao meio ambiente e estão ligados às atividades econômicas e administrativas das organizações (Ganesh; Venugopal, 2024)). Por isso, as empresas têm um papel crucial na promoção da sustentabilidade, adotando práticas sustentáveis que minimizem impactos negativos e sensibilizem seus colaboradores (Coral et al., 2002).

Práticas sustentáveis, conforme o Instituto Ethos (2023), são ações voltadas à preservação ambiental e ao desenvolvimento sustentável adotadas por indivíduos, empresas, governos e organizações. No contexto das práticas sustentáveis, a conscientização dos funcionários, por meio de ações de educação ambiental é fundamental e exige comprometimento e perseverança (Silva, 2019; Estender et al., 2018).

Consequentemente, um dos papéis das organizações é planejar e implementar políticas ambientais, que estimulem ações de sensibilização dos colaboradores, ampliando a concepção ambiental dos funcionários e oportunizando mudanças de hábitos que proporcionem um ambiente mais sustentável (Silva et al., 2018).

No âmbito organizacional a adoção de práticas sustentáveis e sensibilização de colaboradores envolve a atuação de cada um dos setores finalísticos da companhia, que representam sua gestão administrativa. Assim, quando uma empresa assume o papel de preservar o meio ambiente, a começar pelas pequenas ações que possam envolver os seus colaboradores, clientes e fornecedores, ela está firmando seu compromisso ético perante o mercado e a sociedade (Tachizawa, 2008).

Adicionalmente, o incentivo à adoção de práticas sustentáveis como a redução do consumo de energia e água, a gestão adequada dos resíduos, a utilização de materiais reciclados etc., são fundamentais para criar uma cultura e sensibilização das pessoas nas empresas e contribuir para a preservação do meio ambiente, redução de custos e manutenção da qualidade de vida (Teixeira, 2007).

Esse conjunto de práticas são relevantes em negócios de diferentes ramos, inclusive em empresas de gerenciamento e tratamento de resíduos perigosos e não perigosos, que são essenciais para a proteção ambiental e a saúde pública, garantindo o manejo adequado de resíduos (Barbosa; Franchi; Gentil, 2016; Machado, 2018). Nesse contexto, o Estado do Amapá também se destaca, posto que dadas suas condições geográficas e ambientais, tem reconhecido têm potencial econômico com ações sustentáveis (Viana et al., 2014).

Neste contexto, este trabalho aborda a seguinte questão de pesquisa: como a gestão administrativa de uma empresa de gerenciamento de resíduos contribui para a disseminação de práticas sustentáveis e a conscientização ambiental de seus colaboradores?

Para respondê-lo, o estudo analisou o papel da gestão administrativa de uma empresa de gerenciamento de resíduos perigosos e não perigosos na disseminação de práticas ambientais sustentáveis e na conscientização de seus funcionários. especificamente a pesquisa buscou identificar as práticas sustentáveis adotadas, discutir ações de conscientização e relatar as principais preocupações ambientais na organização pesquisada.

A justificativa para essa investigação é a crescente necessidade de práticas sustentáveis nas organizações, não apenas para atender regulamentações, mas como parte de uma estratégia ética e competitiva (Simões-Figueira; Coelho, 2021; Wolniak; Gajdzik; Grebski, 2023). Apesar de ser um tema frequente na academia, a discussão sobre a implementação no ambiente organizacional, especialmente no Amapá, ainda é limitada (Romero, 2022; Quintana; Anello; Kitzmann, 2020).

A empresa estudada, com histórico de práticas sustentáveis e impacto significativo na geração de empregos, serve como modelo para essa pesquisa, que busca oferecer insights para outras organizações. Os resultados contribuirão para o desenvolvimento de estratégias eficazes no setor de gerenciamento e tratamento de resíduos.

## 2 CORPORAÇÕES E SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade tornou-se uma questão global importante, envolvendo a preservação do meio ambiente, equidade social e gestão responsável de recursos naturais (Turano et al., 2014). Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU) (1987), o desenvolvimento sustentável procura melhorar a qualidade de vida de todos os habitantes sem sobrecarregar os recursos naturais (Mikhailova, 2004).

Nesse cenário, a sustentabilidade nas corporações pode ser definida como a capacidade de gerenciar atividades e impactos de maneira responsável e equilibrada, criando valor para a empresa e a sociedade (Tachizawa; Takeshy, 2008). Do mesmo modo, práticas insustentáveis podem causar danos ambientais e sociais, causando prejuízos à diversidade biológica, prejudicando a reputação e resultando em perdas financeiras (Turano et al., 2014). Por outro lado, a sustentabilidade pode gerar vantagens como aprimorar eficiência operacional, redução de custos, fortalecimento de relacionamentos e acesso a novos mercados (Sacramento, 2013).

A implementação da sustentabilidade como estratégia corporativa requer comprometimento da alta administração e pode melhorar a competitividade e a reputação da empresa. Muitas organizações buscam integrar práticas de desenvolvimento sustentável, equilibrando as dimensões econômica, social e ambiental à exploração do potencial da biodiversidade de modo a obter ganhos e benefícios (Ferro; Bonacelli; Assad, 2006). Em suma, a sustentabilidade como estratégia corporativa é uma escolha ética que melhora o desempenho operacional e o prestígio da empresa, necessitando de ações de educação e conscientização ambiental, melhor discutidas a seguir.

## 2.1 EDUCAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL NO ÂMBITO DA EMPRESA

Uma das formas de estimular a conscientização ambiental nas corporações é por meio da educação ambiental (Silva, 2019; Estender et al., 2018). Conforme a Política Nacional de Educação Ambiental (Lei 9.795 de 27/05/99), essa educação envolve a construção de valores, conhecimentos e habilidades voltadas para a conservação do meio ambiente (Brasil, 1999). Complementarmente, ainda sobre a mesma política, as empresas, entidades e instituições devem capacitar trabalhadores para melhorar o ambiente de trabalho e entender os impactos da produção no meio ambiente, promovendo valores e habilidades para a identificação e resolução desses problemas (Brasil, 1999).

A educação ambiental é essencial para o desenvolvimento da sustentabilidade e é responsabilidade das empresas implementá-la, qualificando e conscientizando os funcionários sobre a importância da preservação ecológica (Giesta, 2012). Essa abordagem sensibiliza e motiva os colaboradores a buscarem soluções para problemas ambientais (Silva, 2019).

Por meio da educação ambiental, os colaboradores podem adquirir conhecimentos e habilidades que incentivam práticas sustentáveis, promovendo mudanças comportamentais tanto no trabalho quanto na vida pessoal, gerando impactos positivos na sociedade (Barbieri; Silva, 2020). A educação ambiental também traz conscientização sobre o uso de tecnologias menos poluentes, economia de recursos e práticas de separação de resíduos, além de aprimorar processos produtivos e desenvolver soluções mais eficientes e sustentáveis (Silva, 2019).

Nesse sentido, esse processo deve ser contínuo e adaptado às características de cada empresa, alinhando as estratégias à cultura organizacional para que a sustentabilidade seja percebida como um valor fundamental (Reigota, 2017). Com isso, a educação ambiental deve ser vista como um processo contínuo, que envolve a busca por conhecimento, a experimentação de novas tecnologias e o estabelecimento de parcerias com instituições que trabalham com sustentabilidade (Fernandes, 2016). É importante envolver os colaboradores em todas as etapas, valorizando suas sugestões e criando um ambiente propício para práticas sustentáveis (Reigota, 2017).

A disseminação da educação ambiental deve incluir a comunidade e partes interessadas, utilizando campanhas publicitárias e eventos para promover a conscientização (Ferreira, 2020). Com base no trabalho de Bet et al., (2020) e em boas práticas comuns, estão listadas abaixo algumas estratégias/iniciativas para educação e conscientização ambiental de colaboradores:

- Treinamentos e Workshops: Promover eventos sobre sustentabilidade para aumentar a conscientização e a adoção de práticas mais sustentáveis.

- Políticas de Sustentabilidade: Criar políticas que incentivam práticas sustentáveis, como redução de consumo de energia, utilização de materiais recicláveis e reciclagem.
- Comunicação Interna: Divulgar informações sobre sustentabilidade e preservação ambiental por meio de diversos canais.
- Campanhas e Ações Sociais: Promover campanhas e realizar atividades de preservação ambiental.
- Parcerias com ONGs: Colaborar com organizações para ações conjuntas em prol da sustentabilidade e preservação ambiental.

A educação ambiental corporativa visa conscientizar os colaboradores sobre a importância da preservação ambiental, promovendo atitudes sustentáveis para reduzir o impacto das atividades da empresa (Silva, 2019). Por fim, é importante destacar que a educação ambiental não é uma ação isolada, mas parte de um amplo processo de construção de um mundo mais sustentável, implementando políticas que considerem os impactos sociais e ambientais de suas ações.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No tocante à abordagem, adotou-se a qualitativa, que tem como preocupação o nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, trabalha com o universo de significados, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes (Minayo, 2014). A abordagem qualitativa mostrou-se apropriada, pois possibilitou uma compreensão mais aprofundada do processo de disseminação de práticas ambientais sustentáveis na empresa analisada. No tocante aos objetivos, essa pesquisa é descritiva, uma vez que buscou retratar as características de uma população, fenômeno ou experiência (Gil, 1989), a partir das percepções dos agentes pesquisados

O método selecionado foi o estudo de caso único (Yin, 2015), conduzido em uma organização prestadora de serviços ambientais, especializada no gerenciamento e tratamento de resíduos perigosos e não perigosos. O procedimento para obtenção de informações foi o uso de entrevistas a partir de um roteiro semiestruturado com questões relacionadas as categorias de análise estabelecidas para esse estudo: preocupações ambientais, práticas sustentáveis e sensibilização ambiental

A entrevista constitui uma técnica de coleta de dados na qual o pesquisador estabelece contato direto com os participantes, objetivando adquirir informações minuciosas e contextualizadas acerca do assunto em análise (Simões; Sapeta, 2018).

Na empresa estudada, foram realizadas entrevistas com as gerências de Recursos Humanos, Marketing, Contratos e Financeiro, que representam a gestão administrativa desse negócio. A seleção desses setores deve-se ao fato de serem responsáveis por implementar e promover práticas sustentáveis na empresa.

Para a análise dos dados coletados, foi utilizada a metodologia proposta por Birochi (2015), que envolve a categorização e interpretação dos dados coletados, conforme explicado na sequência: seleção, codificação, tabulação, análise e interpretação. Esse método forneceu uma compreensão aprofundada do processo de disseminação de práticas ambientais sustentáveis na empresa avaliada.

### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS



Para facilitar a compreensão desta seção, os resultados estão apresentados conforme as categorias de análise estabelecidas, a saber: preocupações ambientais, práticas sustentáveis e conscientização ambiental, assim como seus respectivos elementos de análise. Além disso, ao longo deste capítulo, os autores apresentam os resultados, os comparam a literatura ao mesmo tempo em que expõem interpretações e inferências sobre os achados do estudo.

#### 4.1 PREOCUPAÇÕES AMBIENTAIS

Inicialmente, as gerências foram questionadas sobre as principais preocupações ambientais da empresa e sua relação com os objetivos gerenciais. Destacaram-se iniciativas de preocupações ambientais refletidas em práticas como a reutilização de papel, captação de água da chuva e uso de energia solar, que demonstram a responsabilidade ambiental e o impacto positivo em setores internos e externos da organização (Gerência Financeira, 2024).

Tais ações não apenas auxiliam na conservação do meio ambiente, mas também podem gerar impactos positivos em diversos setores da empresa, tanto internamente (como a redução de custos operacionais) quanto externamente (como uma imagem corporativa mais positiva e a satisfação das demandas dos consumidores preocupados com o meio ambiente). Isso se alinha com a pesquisa de Silva et al. (2021), que destaca o engajamento em práticas sustentáveis.

Além disso, sobre as preocupações ambientais, a conformidade com as leis ambientais é considerada uma prioridade para evitar passivos financeiros, mostrando uma preocupação com a imagem corporativa (Gerência de Contratos, 2024). A gerência de recursos humanos ressaltou a identificação e minimização dos impactos ambientais como parte da visão e estratégia da empresa (Gerência de Recursos Humanos, 2024), com ações como redução de emissões de gases, análise de risco climático, gestão da água, gestão de resíduos, minimização de impactos locais e adoção de princípios sustentáveis. Logo, essas ações refletem um compromisso proativo com a sustentabilidade, necessitando de envolvimento contínuo de todos os colaboradores, como apontado por Alves e Nascimento (2016).

Tanto a gerência de marketing quanto a gerência de recursos humanos evidenciam um compromisso sólido e abrangente da empresa com a sustentabilidade ambiental. Ambas reconhecem a importância de integrar práticas sustentáveis em todas as operações e demonstram empenho em transformar essa conscientização em ações explícitas e metas concretas. A equipe de marketing também enfatizou a integração de práticas sustentáveis nas operações da empresa, evidenciando metas concretas que orientam decisões diárias (Gerência Marketing, 2024). Em concordância, Alves e Nascimento (2016), que destacam a proatividade em práticas sustentáveis.

#### 4.2 PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

As práticas sustentáveis foram discutidas com os entrevistados, que compartilharam como cada gerência as implementa. A Gerência Financeira destacou o uso da Internet das Coisas (IoT) para promover a sustentabilidade, monitorando o consumo de energia e identificando comportamentos inadequados, como o uso desnecessário de luz elétrica. Com isso, essa tecnologia não só ajudou a reduzir desperdícios, mas também orientou os funcionários sobre práticas sustentáveis, permitindo intervenções automáticas quando necessário (Bisong e Apologun, 2020; Gerência Financeira, 2024). A partir disso, a

implementação da IoT reflete uma abordagem holística em sustentabilidade, abrangendo aspectos sociais, econômicos e culturais (Pirani, 2021).

A equipe encarregada da administração dos contratos mencionou várias iniciativas para implementar práticas sustentáveis na empresa, dentre elas: palestras sobre sustentabilidade, uso eficiente de insumos, compras sustentáveis e cursos de capacitação. Essas ações são fundamentais para aumentar a conscientização e promover práticas sustentáveis no ambiente de trabalho, alinhando-se com a literatura que enfatiza a necessidade de educar e sensibilizar os colaboradores (Bilderback, 2023; Todorov et al., 2013).

Logo, a promoção de palestras e cursos foi destacada como essencial para a integração da sustentabilidade na cultura organizacional (Filho e Cartaxo, 2015). Além disso, a equipe de Recursos Humanos ainda reiterou a importância gradativa da adoção de práticas sustentáveis, envolvendo todos os colaboradores e adaptando referências internacionais à realidade da empresa. Ainda assim, a comunicação efetiva sobre essas iniciativas é necessária para engajar todos os envolvidos (Gerência Recursos Humanos, 2024).

A Gerência de Marketing respondeu com destaque a várias ações para introduzir/reforçar práticas sustentáveis na empresa, além de parcerias com fornecedores que compartilham valores ambientais. O acompanhamento contínuo dessas práticas demonstra um comprometimento com a melhoria contínua e a maximização do impacto positivo no meio ambiente (Gerência Marketing, 2024).

Essas ações refletem uma abordagem abrangente e diversificada em relação à sustentabilidade, mostrando um forte compromisso da empresa em incorporar práticas sustentáveis em suas operações e fomentar uma cultura corporativa responsável. Santana (2008) defende a necessidade de criar alternativas que beneficiem os colaboradores das empresas, auxiliando-os a compreender as questões ambientais em seus locais de trabalho. Ele ressalta a importância de motivar os funcionários a perceberem, compreenderem e refletirem sobre o meio ambiente em que vivem, identificando oportunidades de atuação e promovendo a conscientização acerca de seu papel na preservação ambiental.

De modo geral, a equipe de Marketing destaca o forte compromisso da empresa com a implementação de práticas sustentáveis em suas atividades. A empresa está adotando uma abordagem diversificada, incluindo educação, parcerias e monitoramento contínuo, demonstrando uma atitude proativa e focada em resultados em relação à sustentabilidade ambiental.

Na gerência de recursos humanos, as práticas sustentáveis são implementadas a partir de um processo gradual pautado na participação de todos os colaboradores, que a partir de uma comunicação clara e transparente, são estimulados a reconhecer e praticar o compromisso com um futuro mais saudável. Para isso, essa gerência se baseia em referências internacionais de sustentabilidade, demonstrando uma abordagem informada e orientada para as melhores práticas globais.

Defender a incorporação de referências internacionais de sustentabilidade e sua adequação ao contexto das empresas é um assunto amplamente debatido na literatura sobre gestão ambiental (Munck et al., 2016). Este enfoque não apenas visa atingir a excelência em sustentabilidade, mas também harmonizar as práticas empresariais com os mais elevados padrões internacionais.

### 4.3 CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL

Neste tópico, a categoria de análise buscou reforçar que a conscientização ambiental está se tornando cada vez mais essencial para as empresas mostrarem seu compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade social (Kraemer, 2005). Nesse cenário, as gerências foram questionadas acerca da implementação de ações de conscientização ambiental.

A Gerência Financeira destacou a importância de levar conhecimento às comunidades, mostrando que práticas sustentáveis podem resultar em economia, afirmando que isso transforma a percepção inicial de dificuldade em um interesse positivo. A gerência de marketing aponta a implementação de ações de conscientização ambiental por meio de campanhas internas que incentivam a participação ativa dos colaboradores.

A Gerência de Contratos buscou focar em compras sustentáveis e na segregação de passivos ambientais. A escolha de produtos com menor impacto ambiental e o descarte adequado de resíduos são práticas que promovem uma cadeia de suprimentos mais responsável. Isso pode incluir a compra de produtos reciclados, orgânicos, energeticamente eficientes ou certificados por padrões ambientais reconhecidos (Jacob, 2021)

Ao adotar práticas de compras sustentáveis, a empresa influencia positivamente toda a cadeia de suprimentos e promove uma abordagem mais responsável em relação aos recursos naturais. Isso implica na escolha de fornecedores engajados com a sustentabilidade, no respeito aos direitos humanos e na preservação do meio ambiente, assim como na diminuição de despesas, aumento da produtividade e aprimoramento da reputação social em toda a cadeia (Betiol, 2012).

Quanto à segregação de passivos ambientais para descarte correto, essa prática sugere que a empresa está implementando procedimentos para identificar, separar e descartar adequadamente os resíduos e materiais que representam riscos ambientais. Ao separar os passivos ambientais apropriadamente, a empresa pode minimizar seu impacto negativo no meio ambiente e contribuir para práticas mais sustentáveis de gestão de resíduos.

Conforme Pimenta (2010), é de extrema importância a segregação dos passivos ambientais, garantindo que a empresa esteja em conformidade com a legislação e regulamentação ambiental. Essa prática auxilia na prevenção de punições, multas e problemas legais que poderiam prejudicar a reputação e o desempenho financeiro da organização. Outrossim, isso contribui para evitar a contaminação do solo, da água e do ar, favorecendo a preservação da saúde pública e dos recursos naturais para as futuras gerações (Kraemer, 2005).

A resposta dessa Gerência destaca a compreensão da importância da conscientização ambiental para o sucesso da estratégia de sustentabilidade da empresa. Eles afirmam que, mediante uma abordagem abrangente e envolvente, a empresa visa sensibilizar não apenas seus colaboradores, mas também clientes e a comunidade em geral sobre a relevância da preservação do meio ambiente e da prática de ações sustentáveis.

Essa abordagem demonstra que o compromisso ambiental da organização vai além de suas operações internas e se estende à sua relação com clientes e comunidade. Ao envolver todas essas partes interessadas, a empresa amplifica seus esforços de conscientização e promover uma cultura de sustentabilidade mais ampla.

Essa resposta indica que a gerência de Recursos Humanos está adotando uma abordagem proativa e inclusiva para enfrentar os desafios de implementação de ações de



conscientização ambiental, reconhecendo o papel fundamental que a sensibilização desempenha na promoção da sustentabilidade em todos os níveis da organização.

A resposta da gerência de Marketing destaca uma abordagem centrada na responsabilidade ambiental como valor principal da empresa. Eles mencionam que implementam ações de conscientização ambiental por meio de campanhas internas, destacando os impactos positivos alcançados. Além disso, eles incentivam a participação ativa dos colaboradores em iniciativas ecoconscientes, reforçando a importância de cada indivíduo no compromisso coletivo com a sustentabilidade.

Em conclusão, as gerências reconhecem que a conscientização ambiental é fundamental para a estratégia de sustentabilidade da empresa. As ações implementadas visam educar e engajar colaboradores e a comunidade, criando um compromisso coletivo com práticas sustentáveis. A abordagem é holística, integrando tanto a sensibilização interna quanto a externa, o que potencializa os resultados positivos e fortalece a imagem da empresa no mercado.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na pesquisa realizada, foi possível concluir que a empresa estudada implementou um amplo conjunto de estratégias com foco na sustentabilidade ambiental, tendo como pilares essenciais o Ambiental, o Social e o Econômico. A instituição está comprometida em reduzir sua “pegada” ambiental por meio de diversas iniciativas, como a gestão consciente da água e dos resíduos, a minimização dos impactos locais, a adoção de princípios sustentáveis e a implementação de práticas inovadoras, como a utilização da Internet das Coisas.

Isso resulta em impactos positivos na comunidade local, tais como a geração de empregos, aumento da consciência ambiental, apoio a causas sociais, condições de trabalho adequadas e engajamento dos colaboradores. Adicionalmente, a empresa alcança benefícios econômicos significativos por meio de suas práticas sustentáveis, como a diminuição de gastos, aumento da eficiência operacional, fortalecimento da competitividade no mercado, reforço da reputação empresarial e atração de novos investimentos.

Os resultados revelam que a gestão administrativa da empresa, disposta pelas ações empreendidas nas gerências estudadas, desempenham atividades coerentes e integradas que fomentam o alcance dos resultados sustentáveis e se apoiam mutuamente em um processo que gera resultados organizacionais e não apenas departamentais, como ocorre em organizações de outros setores. Cumpre salientar também o papel da gerência de recursos humanos, que destacou iniciativas mais contundentes e se destacou como “sustentáculo” para disseminação das ações de conscientização na empresa estudada.

A pesquisa fornece informações preciosas para outras empresas do ramo de prestação de serviços, interessadas em adotar ou melhorar suas iniciativas de sustentabilidade ambiental. Os resultados evidenciam que adotar tais práticas pode trazer vantagens tanto econômicas, sociais e ambientais, como também colaborar para aprimorar a reputação da empresa e o envolvimento dos funcionários.

A diversidade de métodos aplicados é notável de forma positiva; a empresa adota uma ampla gama de iniciativas direcionadas à preservação ambiental, evidenciando compromisso com essa questão. Os efeitos favoráveis dessas ações são percebidos em diversos setores, como a redução no consumo de recursos como energia e água, a diminuição na produção de

resíduos e a melhoria nos procedimentos. Além disso, por meio da participação ativa dos funcionários, a empresa estimula o envolvimento da equipe em práticas sustentáveis, o que não apenas fortalece os projetos como também instiga uma cultura organizacional mais ecológica.

Conduzir a pesquisa representou um desafio devido à coleta de dados, já que a empresa utiliza um sistema de gestão ambiental. Contudo, as informações relacionadas à sustentabilidade ambiental não são registradas de maneira uniforme. Essa ausência de organização causou prejuízos à avaliação precisa dos resultados e impactos das medidas adotadas, resultando na inviabilização de uma análise detalhada de sua eficácia. Por outro lado, essa constatação indica uma oportunidade para novas investigações, que podem averiguar os prejuízos e dificuldades decorrentes da falta de uniformidade no registro de informações ambientais, assim como o papel dos sistemas de informação na padronização desses registros.

Estudos subsequentes poderiam utilizar tanto abordagens quantitativas quanto qualitativas para analisar os efeitos das ações implementadas por empresas de outros setores, tamanhos e localidades de atuação. Seria também valioso reproduzir estudos de caso em outras organizações do mesmo setor, buscando identificar padrões e variações nas estratégias e nos resultados sustentáveis alcançados.

Uma possível linha de pesquisa interessante seria focar no desenvolvimento de indicadores especializados para medir o impacto de projetos sustentáveis, permitindo uma avaliação mais detalhada de seus resultados. Além disso, seria proveitoso investigar a forma como as ações em prol da sustentabilidade ambiental estão sendo transmitidas aos funcionários, a fim de reconhecer métodos eficazes e obstáculos na comunicação dessas práticas com o intuito de construir e promover modelos de conscientização ambiental nas companhias.

Por fim, os resultados corroboram que cada área da gestão direciona esforços baseados em seu campo de expertise, seja no crescimento econômico da empresa (finanças), adequação a legislação (contratos), qualificação, estímulo e engajamento da mão de obra (contratos e gestão de pessoas), assim como divulgação e consolidação da reputação empresarial a partir das ações sustentáveis (marketing).

Os achados revelam ainda que as práticas sustentáveis, inclusive suas preocupações ambientais, e conscientização, não são aspectos isolados nas empresas, mas sim fruto de uma ação estratégica generalizada que complementa as ações de cada uma das áreas. Outrossim, considerando que a empresa estudada empreende ações relevantes à atuação sustentável, os resultados obtidos reforçam a literatura ao destacar que as principais preocupações ambientais envolvem a otimização de recursos financeiros, atendimento de regramentos legais, melhora da imagem organizacional e consolidação de uma cultura organizacional em que as ações sustentáveis sejam um valor compartilhado por todos os membros e não apenas uma estratégia superficial empreendida pela alta gestão do negócio.

## REFERÊNCIAS

ALVES, A. P. F; NASCIMENTO, L. F. M do. Proatividade De Práticas Sustentáveis: Uma Análise Das Práticas Da Empresa Mercur S/A. **Rev. Adm., Santa Maria**, v. 9, n. edição especial, p. 25-42, 2016.

ALVES, Denis Lima e. Sustentabilidade: estado da arte e um estudo de evento sobre o índice de sustentabilidade empresarial. 2008. 143 f. Dissertação (Mestrado em Administração de empresas), Universidade Federal de Uberlândia, 2008.

BARBIERI, José Carlos; SILVA, Dirceu. **Educação ambiental na formação do administrador**. São Paulo: Cengage Learning, 2020.

BARBOSA, B. B. S.; FRANCHI, T.; GENTIL, V. A. Avaliação do gerenciamento de resíduos perigosos em indústria de defensivos agrícolas. **RBCIAMB**, v. 41, p. 24-41, 2016.

BET, Luís Gustavo et al. Educação Ambiental aplicada à gestão de resíduos sólidos: a iniciativa inovadora do Programa Condomínio Sustentável. **Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)**, v. 15, n. 5, p. 282-298, 2020.

BETIOL, L. T. et al. Compra Sustentável: a força do consumo público e empresarial para uma economia verde e inclusiva. São Paulo: Programa Gestão Pública e Cidadania, FGV, 2012.

BISONG, P. B.; APOLOGUN, S. Technology Can Save the Environment. **International Journal of Humanities, Management and Social Science**, v. 3, n. 1, p. 11-19, 2020.

BRASIL. Lei n. 9.795, de 27 de abril de 1999. **Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências**. Coleção de Leis da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 27 abr. 1999.

CARVALHO, Daniel Estima de. **A organização de objetivos estratégicos corporativos: um estudo sobre a estruturação dos objetivos e sua relação com a implementação**. 2014. 199 f. Tese (Doutorado em Administração). Universidade de São Paulo, 2014.

CORAL, Elisa. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial**. 2002. 282 f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

ELKINGTON, John; ROWLANDS, Ian H. Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. **Alternatives Journal**, v. 25, n. 4, p. 42, 1999.

ESTENDER, ANTONIO CARLOS et al. **A Importância Da Conscientização Ambiental Em Uma Organização Não Governamental**. In: VII Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade, 2018.

FERREIRA, Camila dos Santos; POLTRONIERI, Camila Fabrício; GEROLAMO, Mateus Cecílio. ISO 14001: 2015 and ISO 9001: 2015: analyse the relationship between these management systems standards and corporate sustainability. **Gestão & Produção**, v. 26, p. e3906, 2020.

FERRO, Ana Flávia Portilho; BONACELLI, Maria Beatriz Machado; ASSAD, Ana Lúcia Delgado. Oportunidades tecnológicas e estratégias concorrenciais de gestão ambiental: o uso sustentável da biodiversidade brasileira. **Gestão & Produção**, v. 13, p. 489-501, 2006.

FILHO, Fernando Arcoverde Cavalcanti; CARTAXO, Glauber Araujo Alencar. **PRÁTICAS DE PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL APLICADAS NO AGRONEGÓCIO**. Perspectivas

Globais para a Engenharia de Produção, Fortaleza - CE, 13 out. 2015. Disponível em: [https://abepro.org.br/biblioteca/TN\\_STO\\_216\\_277\\_26665.pdf](https://abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_216_277_26665.pdf). Acesso em: 21 maio 2024.

GANESH, M. K.; VENUGOPAL, B. Challenges, practice and impact of Corporate Social Responsibility on sustainable development of environment and society. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 18, n. 1, p. e4885, 2024.

GIESTA, Lilian Caporlingua. Desenvolvimento sustentável, responsabilidade social corporativa e educação ambiental em contexto de inovação organizacional: conceitos revisitados. **Revista de Administração da UFSM**, v. 5, p. 767-783, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisas**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

JACOB, Antonio Aparecido et al. Obstáculos E Benefícios Na Adoção De Práticas De Compras Sustentáveis. **Revista Grifos**, v. 30, n. 53, p. 114-134, 2021.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. Responsabilidade social corporativa: uma contribuição das empresas para o desenvolvimento sustentável. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 4, n. 1, p. 1-50, 2005.

MACÊDO, Kátia Barbosa; OLIVEIRA, Alberto de. A gestão ambiental nas organizações como nova variável estratégica. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 5, n. 1, p. 129-158, 2005.

MACHADO, B. J. da S. **Gerenciamento de resíduos não perigosos em empreendimentos de grande porte, estudo de caso de uma indústria metalúrgica**. 2018. 93 f. Trabalho de Conclusão de Curso (bacharelado em Engenharia Ambiental). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

MACHADO, I. L. DE O.; GARRAFA, V. Proteção ao meio ambiente e às gerações futuras: desdobramentos e reflexões bioéticas. **Saúde em Debate**, v. 44, n. 124, p. 263-274, 2020.

MATIAS, Eduardo Felipe P. **A humanidade contra as cordas: a luta da sociedade global pela sustentabilidade**. Editora Paz e Terra, 2014.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14ª ed. Rio de Janeiro: Hucitec, 2014. 408 p.

PIMENTA, Handson Cláudio Dias Pimenta. **Sustentabilidade empresarial: práticas em cadeias produtivas**. Natal: IFRN Editora, 2010.

PIRANI, Mateus Catalani et al. O direito digital aplicado ao consumo sustentável: internet das coisas e sustentabilidade. 2021. 301 f. Tese (Doutorado em Direito Ambiental Internacional), Universidade Católica de Santos, Santos, 2021.

QUINTANA, Cristiane Gularte; ANELLO, Lucia de Fátima Socoowski; KITZMANN, Dione Iara Silveira. Percepção dos Estudantes de Ciências Contábeis sobre o Consumismo e a Educação Ambiental. **SINERGIA. Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis**, v. 24, n. 2, p. 75-85, 2020.

REIGOTA, Marcos. O que é educação ambiental. 2ª ed. Brasiliense, 2017.

RESÉNDIZ ROMERO, José Gilberto. La Educación Ambiental hacia un futuro común en el posgrado en México a la luz de sus tendencias. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 16, n. 3, 2022.

SACRAMENTO, M. F. **Sustentabilidade como estratégia de negócio: um estudo de caso em uma empresa de gestão em eficiência energética**. 2013. 76 f. Monografia (Graduação em Administração), Universidade Federal do Ceará, 2013.

SANTANA, A. C. Educação ambiental e as empresas: um caminho para a sustentabilidade. **Revista Educação Ambiental em Ação**, n. 24, 2008.

SILVA, Alexandre da. **A influência da gestão de pessoas nas organizações frente aos impactos ambientais e a sustentabilidade**. 2019. 68 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Ambientais). Universidade Brasil, São Paulo, 2019.

SILVA, Rodrigo Florencio. Conscientização ambiental nas empresas: benefícios positivos para as organizações e para os trabalhadores. **Movendo Ideias**, v. 24, n. 1, p. 51-56, 2019.

SILVA, W. M., MORAIS, L. A., FRADE, C. M., e PESSOA, F. P. Marketing digital, E-commerce e pandemia: uma revisão bibliográfica sobre o panorama brasileiro. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 5, p. 1-13, 2021.

SIMÕES, A. S. L.; SAPETA, A. P. G. A. Entrevista e observação: instrumentos científicos em investigação qualitativa. **Investigação Qualitativa**, v. 3, n. 1, p. 45-57, 2018.

SIMÕES-COELHO, Marco F.; FIGUEIRA, Ariane Roder. Why do companies engage in sustainability? Propositions and a framework of motivations. **BAR-Brazilian Administration Review**, v. 18, p. e190042, 2021.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade**. São Paulo: Elsevier, 2008.

TEIXEIRA, Antonio Carlos. Educação ambiental: Caminho para a sustentabilidade. **Revista brasileira de educação ambiental**, v. 2, n. 1, p. 23-31, 2007

TURANO, Lucas Martins; CHERMAN, Andrea; FRANCA, Letícia Santos. Sustentabilidade em uma grande corporação: uma análise da discrepância entre discurso e prática. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 7, p. 111-127, 2014.

Viana, V. et al. **Economia Verde no Estado do Amapá, Brasil: avanços e perspectivas**. IIED Country Report. IIED, London, 2014.

WOLNIAK, Radosław; GAJDZIK, Bożena; GREBSKI, Wes. ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY IN BUSINESS. Scientific Papers of Silesian University of Technology. **Organization & Management**, n. 175, 2023.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.