

A GESTÃO SOCIOAMBIENTAL COMO ESTRATÉGIA EMPRESARIAL: DIAGNÓSTICO DAS MÉDIAS E GRANDES EMPRESAS DE SANTA CRUZ DO SUL (RS)

Héberty Weber Drachler¹
Marco Antonio Fernandes de Oliveira²

1 INTRODUÇÃO

A humanidade vive hoje um grande dilema, fruto de sua recente cultura consumista moldada pelos mercados, onde se consome e descarta de maneira agressiva. Ao mesmo tempo em que desfrutamos dos avanços oriundos da globalização, não sabemos como lidar com os danos por ela causados, mesmo reconhecendo-os. O poderoso mecanismo de organização do mercado e da produção e distribuição de bens cujo arranjo tem como denominador principal a administração, apesar da sua incessante busca pela inovação, ainda não foi capaz de se reinventar com a mesma velocidade que cria, e este tem sido um fator ameaçador.

Um dos grandes legados da globalização foi ter construído a interdependência entre o mercado e a sociedade como determinante da sua força expansiva e transformativa. Em tempo, esse seu ímpeto acaba por ser o principal responsável pelo preço que estamos a pagar, pois a sociedade industrial, como é chamada, durante toda sua existência têm somente explorado o fator condicionante de sua continuidade, o meio ambiente, e hoje este elo se encontra precocemente ameaçado.

Após séculos de exploração desenfreada e autodestrutiva, o meio ambiente hoje se encontra em um avançado estágio de esgotamento, o que se reflete em uma ameaça muito presente para as gerações futuras. Conforme Aligleri (*et al*, 2009), o uso exacerbado dos recursos não renováveis está comprometendo o equilíbrio do planeta e a vida humana. Assim, crescimento

¹ Bacharelando do Curso de Administração pela Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC.

² Doutor em Desenvolvimento Regional pela Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, professor do curso de Administração da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC.

deixou de ser sinônimo de desenvolvimento. Intensificou-se o discurso sobre a necessidade de agir no presente, tendo em vista o presente e o futuro.

Consequentemente, emergem a demandas de cunho socioambiental, exigindo a reconfiguração dos mecanismos de produção, desconstruindo o enfoque econômico e fazendo cair por terra a obsoleta ideia do meio ambiente como mero fornecedor de recursos e pessoas como ativos das empresas.

Desta forma, finalmente, a administração passou assumir a responsabilidade por esses danos, e encontrou na gestão socioambiental, muito além do instrumento condicionante da própria sobrevivência, a observância do consumidor atento à sua postura. Assim, a gestão socioambiental tem se tornado a grande ferramenta estratégica competitiva da nova era.

Assim, a pesquisa aqui apresentada foi desenvolvida com o objetivo de compreender como a gestão socioambiental se insere na administração estratégica das médias e grandes empresas de Santa Cruz do Sul – RS, para realizar análises que possibilitem propor oportunidades alternativas de avanço no sentido de alinhar a gestão socioambiental com as estratégias de negócio.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O século XXI caracteriza-se pela transição de valores. Temos uma conjuntura que tende para o pluralismo das organizações (com respeito às opções e crenças do cliente); para uma crença na necessidade de constante transformação e assimilação de novas estruturas, demandas e concepções (visão de mundo) (SERTEK; GUINDANI; MARTINS, 2012).

A responsabilidade socioambiental é a resposta natural da empresa ao novo cliente, ao consumidor verde e ecologicamente correto. A empresa sustentável passa a ser sinônimo de bons negócios e no futuro será a única forma de empreender negócios de forma duradoura e lucrativa. Em outras palavras, o quanto antes as organizações começarem a enxergar a sustentabilidade como seu principal desafio e como oportunidade competitiva, maior será sua chance de que sobrevivam (POZO; TACHIZAWA, 2007). Por sua vez, a responsabilidade social pode ser entendida como uma forma de

gestão que persegue a sustentabilidade organizacional para que as empresas colaborem com o desenvolvimento sustentável. Ainda pode ser caracterizada por atitudes e atividades baseadas em valores éticos e morais, para minimizar os impactos negativos que as organizações causam ao ambiente (CABESTRE et al., 2008). O entendimento da relação complexa que existe entre as empresas e a sociedade, incluindo comunidades, empregados, governos, clientes, fornecedores, também se refere ao estudo da responsabilidade social de empresas. (OLIVEIRA, 2008).

Para Aligleri (2009), analisar as políticas socioambientais de uma organização abre a oportunidade para avaliar a *performance* sustentável da empresa na sociedade e para a sociedade. Trata-se de uma reflexão da organização e suas relações com o mercado. Para Giesta (2012) a responsabilidade social corporativa parte do suposto que o meio ambiente é também constituído de pessoas e de suas formações sociais, e, por isso, as ações em prol do ambiente são inerentes das ações em prol do social, e vice-versa.

O tema gestão ambiental tem sido associado ao planejamento, implantação e controle de instrumentos de gestão. A questão ambiental é muito profunda para ser tratada apenas como um instrumento de aferição de lucro. O novo paradigma não reverbera por todo o sistema de forma homogênea. Cada povo, cada lugar, tem sua cultura (ALBUQUERQUE, 2009). Este novo paradigma de responsabilidade socioambiental traz consigo a vantagem da diferenciação do produto, que ocorre na medida em que a cadeia como um todo assume condutas singulares com o intuito de alcançar uma melhoria social, ampliando o grau de sustentabilidade das empresas e a competitividade em caráter dinâmico (ALIGLERI, 2009).

Mintzberg e Quinn (2001) definem estratégia como plano que integra as principais metas, políticas e sequência de ações em uma organização em um todo coerente. Uma estratégia bem formulada ajuda a ordenar e alocar os recursos de uma organização para uma postura singular e viável, com base em suas competências e deficiências internas relativas, mudanças antecipadas no ambiente e providências contingentes realizadas por oponentes inteligentes. Produz as principais políticas e planos para a obtenção dessas metas e define a escala dos negócios em que a organização deve se envolver, o tipo de

organização econômica e humana que pretende ser e a natureza da contribuição econômica e não econômica que pretende proporcionar.

A adesão da gestão socioambiental no planejamento estratégico da empresa é um processo contínuo que visa um estado futuro melhor, com uma melhor alocação de recursos e concentração de esforços. É, portanto, um processo sistemático e constante de tomada de decisões, onde os resultados das mesmas deverão dizer aonde a empresa deseja chegar, e o caminho a ser seguido para chegar ao seu destino, analisando todas as variáveis e optar pelo caminho que trará os melhores resultados (FISHMANN; ALMEIDA, 2011).

A sustentabilidade é como um guia de orientação para fazer negócios num mundo interdependente, indicando maneiras de proteger a empresa contra riscos ambientais, financeiros e sociais, de dirigir a empresa com maior eficiência e produtividade, e de promover seu crescimento por meio do desenvolvimento de novos produtos e serviços e da abertura de novos mercados (BENITEZ; POLO, 2013).

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada classifica-se como descritivo-exploratória, buscando adquirir familiaridade com a natureza do fenômeno estudado para então desenvolver diagnósticos que desvendem suas relações e permitam explorar sugestões alternativas. Para explicar essa relação, Gil (2008), afirma, há pesquisas que, embora definidas como descritivas a partir de seus objetivos acabam servindo mais para proporcionar uma nova visão do problema, o que as aproxima das pesquisas exploratória.

Quanto à natureza, a pesquisa tem uma abordagem qualitativo-quantitativa, pois busca coletar dados para então os esclarecer. Segundo Malhotra (2001), a pesquisa qualitativa proporciona uma melhor visão e compreensão do contexto do problema, enquanto a pesquisa quantitativa procura quantificar os dados e aplica alguma forma da análise estatística.

O objeto de estudo deste projeto foram as médias e grandes empresas da cidade de Santa Cruz do Sul – RS, onde, através da Prefeitura Municipal foram identificadas as 100 maiores empresas da cidade, posteriormente contatadas via *e-mail* para levantamento de informações através da aplicação

de um questionário digital na plataforma *Google Docs*. A coleta de dados buscou compreender os aspectos socioambientais das empresas estudadas, bem como seu setor, perfil e visão estratégica no que diz respeito à gestão socioambiental.

O questionário aplicado teve uma taxa de 34% de resposta, ou seja, houve participação de 34 das 100 empresas contatadas. Para tratamento dos dados, os elementos obtidos foram organizados entre as diferentes variáveis que possam vir a influenciar na maneira com que a organização pratica gestão socioambiental, foram consideradas as dimensões: ambiental; social; valores e gestão; monitoramento da cadeia de fornecedores e planejamento estratégico.

Para que fosse possível relacionar a gestão socioambiental com a administração estratégica propondo avanços no sentido de alinhá-los, foi necessária a interpretação dos dados obtidos de acordo com a realidade do contexto onde se inserem, mediante um critério onde 70% dos resultados obtidos foram negativos, para então elaborar as sugestões.

Os elementos obtidos foram organizados entre as diferentes variáveis que possam vir a influenciar na maneira com que a organização pratica gestão socioambiental dentro e fora de seus domínios. Assim, foram subdivididos em cinco dimensões:

- I. Valores, transparência e gestão;
- II. Dimensão ambiental;
- III. Dimensão social;
- IV. Monitoramento da cadeia de fornecedores;
- V. Planejamento estratégico.

O período de realização da pesquisa foi de agosto a outubro de 2019.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

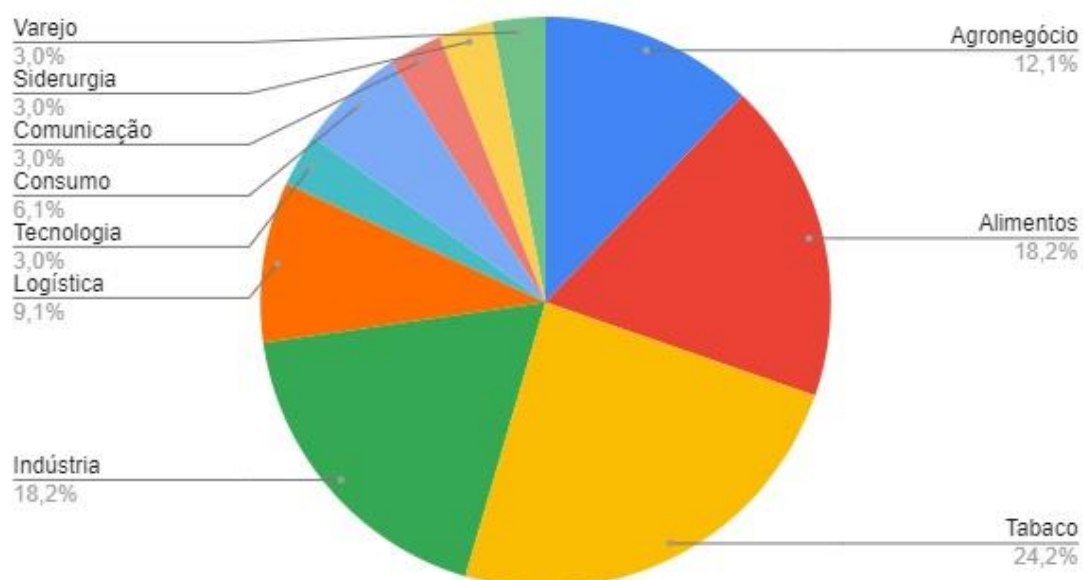
A partir do objetivo de compreender como a gestão socioambiental se insere na administração estratégica das médias e grandes empresas de Santa Cruz do Sul – RS pretende-se nesta seção apresentar e analisar dados e informações adquiridas através da aplicação de questionário, confrontando-as com o conteúdo abordado no referencial teórico. Buscou-se contextualizar as proporções e a conjuntura socioambiental, para então relacionar a

administração estratégica das empresas com suas medidas socioambientais até que sejam construídas oportunidades para alinhá-los.

4.1 Setor da empresa

Em um primeiro momento, foi realizada a apuração do ramo da empresa, com a finalidade de relacionar a intensidade da presença da gestão socioambiental com os setores predominantes na cidade, caracterizando o mercado de acordo com a expressividade das empresas participantes.

Figura 1 - Classificação por setor de atuação



Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

É válido destacar que entre as atividades ocupacionais da região desponta a lavoura temporária, com destaque para o fumo, justificando a hegemonia das empresas de tabaco entre as grandes empresas da cidade.

Existe uma enorme tensão entre a indústria tabagista e a responsabilidade socioambiental desde quando vieram à tona inúmeros impactos sociais como a dependência causada pelo cigarro e seus decorrentes danos à saúde, o uso de trabalho infantil nas plantações de fumo, além de impactos ambientais provocados pelo uso intenso de agrotóxicos e degradação de ecossistemas. Em observância disso, o setor elevou suas práticas de responsabilidade socioambiental de modo que suas estratégias sejam

fundamentadas no desenvolvimento sustentável. É plausível reconhecer o pioneirismo das empresas fumageiras na gestão socioambiental da esfera Santa-Cruzeense.

4.2 Valores, transparência e gestão

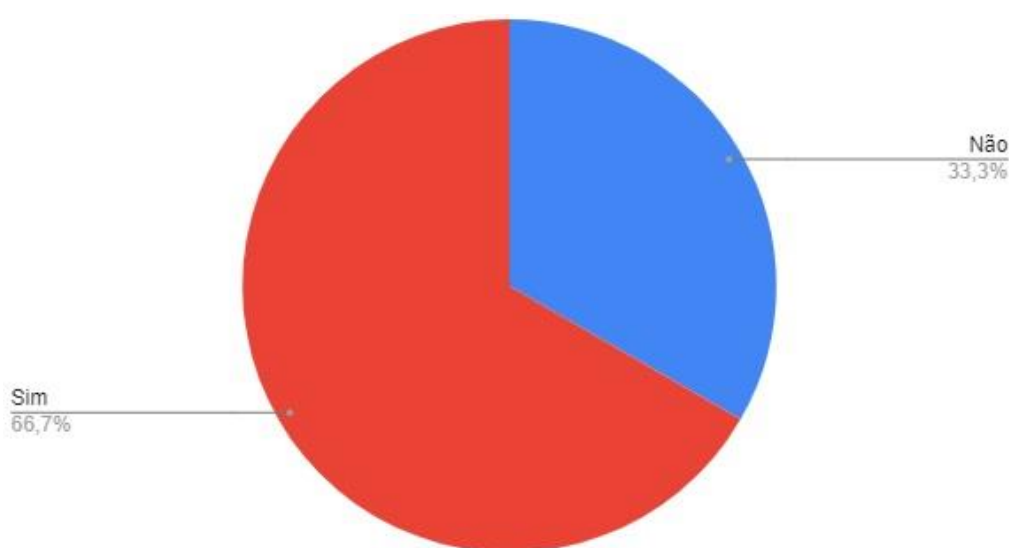
Uma vez que a organização é compreendida como um agente do bem comum inserido em um mecanismo de interdependência e encarregado muito além de suas obrigações legais, que está em pleno gozo de transformar o território onde se encontra, sabe-se que a suas relações pessoais e comerciais devem ser norteadas por determinações para que todos aqueles envolvidos na sua cadeia de valor acatem, sem exceções. A estratégia da empresa está fundamentada nos seus objetivos, que por sua vez estão alinhados com missão e valores que obedecem a um padrão de comportamento convertido em cultura organizacional. Assim sendo, com a crescente presença do desenvolvimento sustentável nos objetivos das organizações, será um processo natural a introdução das práticas de responsabilidade socioambiental nos códigos de conduta organizacionais.

Aspectos socioambientais passam a desempenhar importante papel no que diz respeito à gestão de pessoas. Formalizada através de políticas ou promovida com programas de responsabilidade empresarial, a saúde e a segurança dos trabalhadores dentro da empresa tem sido elevada a novos padrões que permitam maior qualidade de vida ao colaborador, consequentemente, um desempenho superior.

A preocupação das empresas com o relacionamento entre o desempenho de seus negócios e a dimensão socioambiental transformou seu ambiente na medida em que foi se posicionando nos mais altos níveis hierárquicos das organizações. As perspectivas socioambientais dentro das empresas passaram por um processo evolutivo onde foi necessário considerar a pluralidade das características empresariais para impulsionar o nível de maturidade sobre o tema até que fosse estruturado na alta administração.

Este discernimento aplicado à conduta empresarial demonstra ganho de território à medida que as organizações passaram a buscar diferentes metodologias de inserção da gestão socioambiental na sua estrutura.

Figura 2 - Certificações de responsabilidade

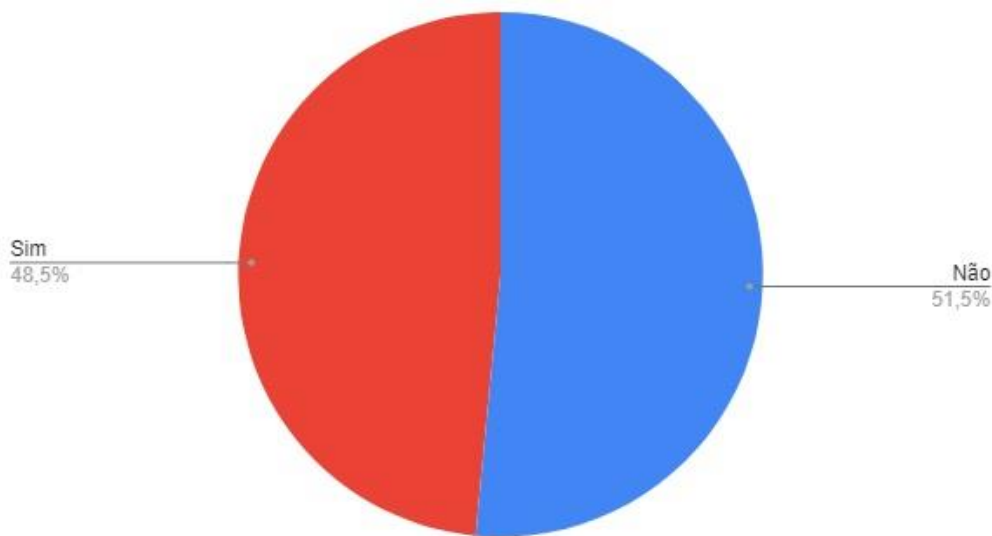


Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

A figura 3 representa o índice de empresas que afirmaram possuir ou não alguma certificação que normatiza os sistemas de gestão ambiental e responsabilidade social corporativa, tais como ISO 14000, ABNT 16001 e ISO 26000. Apenas dois terços das empresas participantes declararam trabalhar de acordo com pelo menos uma das certificações mencionadas. Estes dados acabam expondo a diferença entre a teoria e a prática, considerando que um número bem maior de empresas afirmou incorporar aspectos socioambientais em suas políticas.

Em decorrência disso, um número igual ao de 33,3% das empresas assumiu já ter sido autuada ou processada por algum órgão público devido a questões ambientais. O caráter imperativo quanto ao cumprimento das leis ambientais serve para elevar a importância das certificações, ainda que sob a pena de pagamento de multas e revogação de licenças. Da mesma forma, um número exatamente igual, 66,7% das empresas, diz publicar anualmente um relatório sobre sua atuação relativa aos aspectos financeiros, ambientais e sociais. É muito importante para a compreensão da gestão de valores do negócio associar seus aspectos financeiros e socioambientais diretamente com a sua transparência, o que pode ser alcançado através de canais de diálogos e sistemas de informação disponibilizados.

Figura 3 - Canal de consulta



Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

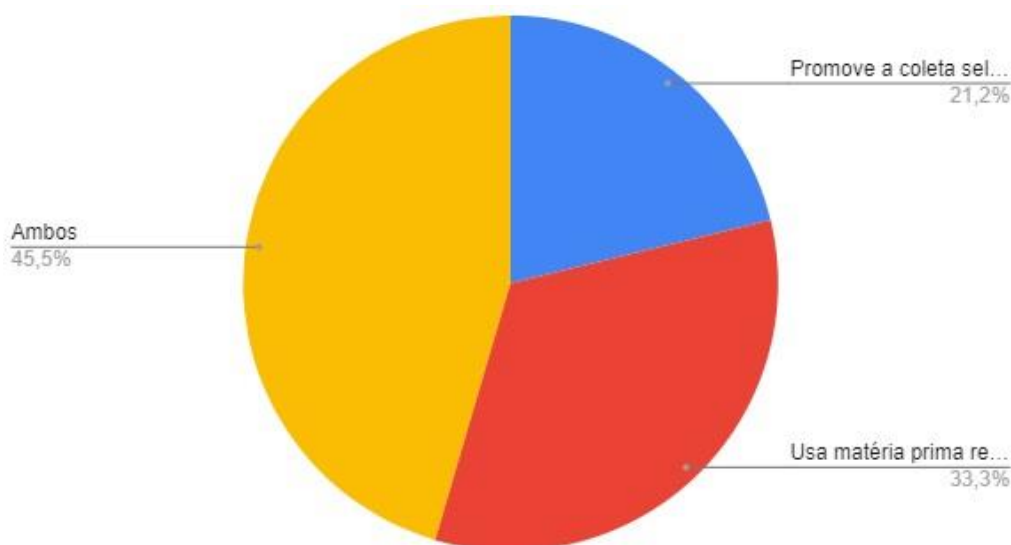
Um número pouco superior à metade das empresas afirmou possuir canal formal de consulta e diálogo com vizinhos e demais partes interessadas sobre questões socioambientais relativas às suas atividades. Levando em consideração os níveis de compromissos éticos e a facilidade de acesso à comunicação nos dias atuais, o resultado pode ser considerado insatisfatório. Este tipo de diálogo é sugerido pela sua importância como principal denominador da integração da empresa com os demais interessados, através dele a empresa pode compartilhar seus demonstrativos financeiros, políticas, ambições e promover debates com a comunidade. A relação entre a administração de uma empresa e seus valores deve possuir um estado intrínseco, institucionalizado a partir de sistemas de transparência.

4.3 Dimensão ambiental

O estudo das dimensões ambientais nas organizações deve ser conceituado a partir do relacionamento da sua cadeia produtiva com a sustentabilidade. Para tanto, esta rede deve ser ramificada, atrelando suas atividades às medidas cabíveis a partir de seus aspectos e impactos gerados. São raras as oportunidades onde sejam atingidos níveis ideais de responsabilidade ambiental, no entanto, esta dimensão passa cada vez mais a

despertar o interesse das organizações, tendo em vista que a sustentabilidade gera elevados ganhos de resultado.

Figura 4 - Promoção ou uso de matéria prima reciclada

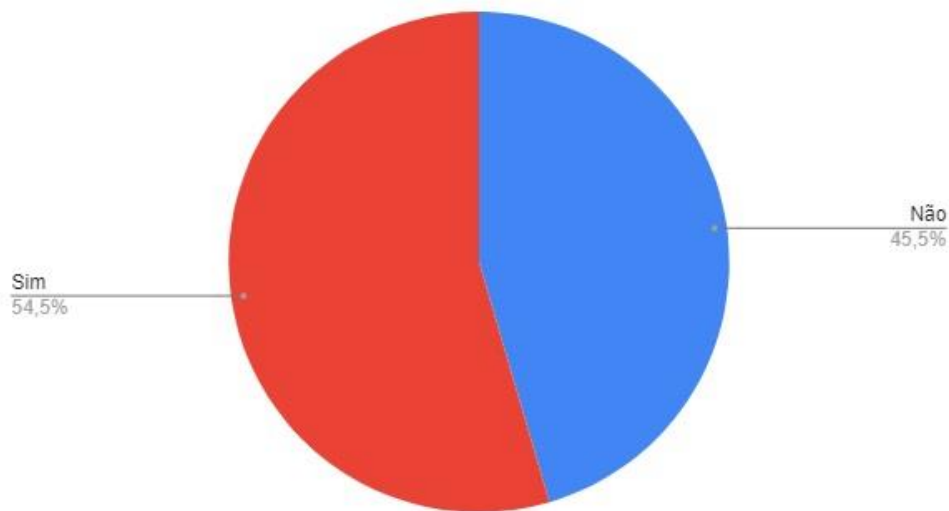


Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

Há uma dinâmica interessante nos dados denotados na figura 5. Diretamente associado à atividade da logística reversa pós-consumo, responsável por recapturar os resíduos reutilizáveis, o uso de matéria-prima reciclada tem fortalecido o elo entre as empresas e a responsabilidade ambiental, pois permite à empresa ganhos tangíveis e intangíveis quanto à adoção de práticas sustentáveis na sua produção.

A logística reversa tem se revelado principal alternativa para as empresas que buscam internalizar seus impactos, pode-se dizer que os apelos ambientais exigem da gestão de operações uma administração de recursos que considere o gerenciamento de fluxos reversos, especialmente nas atividades de transformação. Entre as empresas participantes, 100% afirmou praticar logística reversa, estes esforços produzem retornos sonoros na relação de custos para a organização e na satisfação do cliente, uma vez que a prática tende a melhorar a imagem corporativa.

Figura 5 - Políticas ambientais



Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

O número de empresas que possui uma política exclusivamente ambiental documentada e aprovada pela alta direção para nortear suas atividades, produtos e serviços foi bastante negativo. As políticas ambientais possuem um indiscutível grau de contribuição para elevar o desenvolvimento sustentável. O processo de amadurecimento quanto aos aspectos normativos não acontece naturalmente, as empresas tendem a necessitar algum tipo de exigência legal ou estímulo até que passem a instituir conceitos de responsabilidade em suas diretrizes.

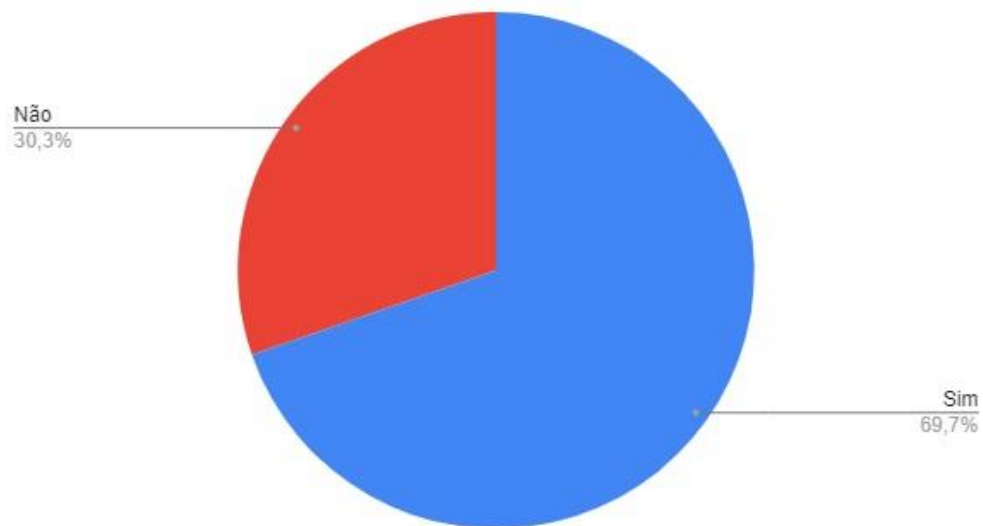
O raso entendimento quanto à importância dos aspectos normativos ambientais se confirma quando um número idêntico, inferior aos 50%, de empresas afirma recomendar a participação ativa em uma agenda de desenvolvimento, como agenda 21. Os planos de desenvolvimento local funcionam como um instrumento capaz de fornecer as empresas o ambiente ideal para que sejam construídos alicerces entre as demais esferas.

4.4 Dimensão social

As organizações trazem consigo o propósito de atender a necessidades, assim, seria um tanto quanto ilegítima aquela organização que para atender a necessidades de pessoas externas, ignorasse necessidades de pessoas internas. Para tanto, a gestão de pessoas tem passado por uma

evolução na busca de solidificar a ideia do colaborador como a peça mais fundamental da organização, o que tem se tornado um grande desafio face à diversidade cultural enfrentada. Organizações têm buscado moldar seus traços culturais de acordo com o contexto atual, desenvolvendo políticas junto aos colaboradores para que possam estabelecer cooperação e igualdade.

Figura 6 - Educação ambiental



Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

A figura 7 indica o número de empresas onde o departamento de recursos humanos tem traçado as diretrizes sobre as expectativas de condutas dos colaboradores e vizinhos até onde possam assegurar que os compromissos éticos formalizados estejam sendo respeitados e propagados com a comunidade.

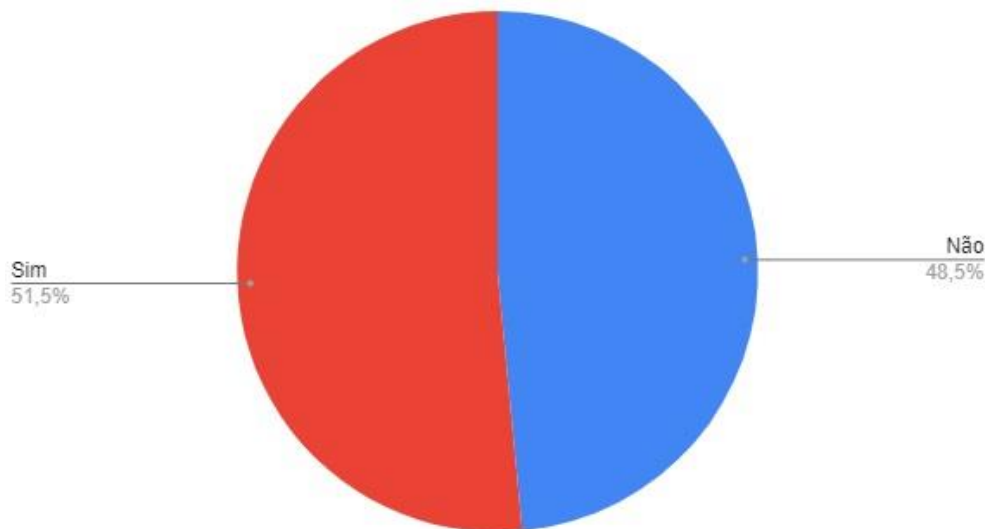
Assim como na questão da agenda 21, a conduta sustentável deve ser compreendida como um todo, o seu funcionamento, como uma engrenagem. Nem todos os elos estão preparados para assumir seu papel socioambiental, muitas vezes, cabe ao agente mais forte da cadeia prover a sustentação que por si só não ocorre.

4.5 Monitoramento da cadeia de fornecedores

Não há como uma empresa ser responsável quando está associada a fornecedores agressivos ao meio ambiente que nada fazem por seus colaboradores. Devem ser compreendidas as funções de cada elemento no

sentido de colaboração para que o sistema evolua como um todo, políticas e diretrizes internas na busca por responsabilidade social são improdutivas. Assim que os níveis de responsabilidade perdem consistência por conta de um dos agentes, toda a cadeia produtiva arca com tal impacto.

Figura 7 - Exigência de aspectos socioambientais



Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

A gestão socioambiental é um sistema interorganizacional que deve ser administrado com legitimidade política, o que passa pela exigência de aspectos socioambientais em toda sua cadeia de produção, inclusive a externa. Existem diferentes vínculos, formados por diferentes atividades, oriundas de diferentes recursos, o que acaba desviando o emprego da responsabilidade quando as políticas passam a interferir na maneira com que os negócios são conduzidos.

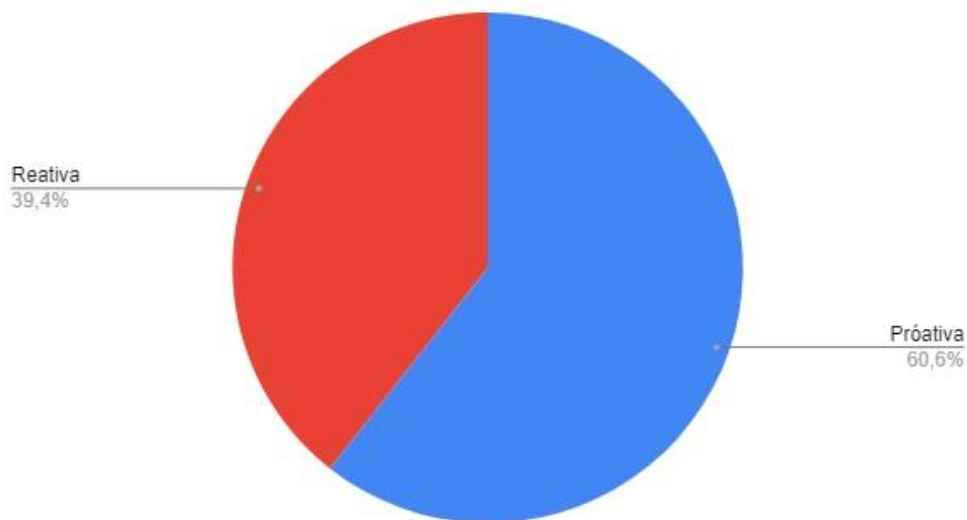
O enraizamento da responsabilidade social e da sustentabilidade nas cadeias produtivas das empresas estudadas ainda é uma pendência, evidenciando a incompatibilidade entre as políticas adotadas pelas demais empresas.

4.6 Planejamento estratégico

O reconhecimento da reputação das empresas têm se tornado preponderante para elevar a sua imagem junto à sociedade e aos consumidores de modo que transformam os conceitos de competitividade. Para

tanto, devem ser integrados sustentabilidade e responsabilidade social dentro das estratégias, assim transformando custos e riscos em oportunidades através de investimentos em produtos e serviços limpos. A ascensão do mercado sustentável, a partir do momento em que possibilitou ganhos reais às empresas, estimulou o desenvolvimento dos conceitos onde foram estabelecidas ligações entre melhorias socioambientais a benefícios em seus negócios. Este paradigma deve servir para romper os traços entre abordagens reativas e os critérios de gestão.

Figura 8 - Tipo de gestão socioambiental praticada



Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

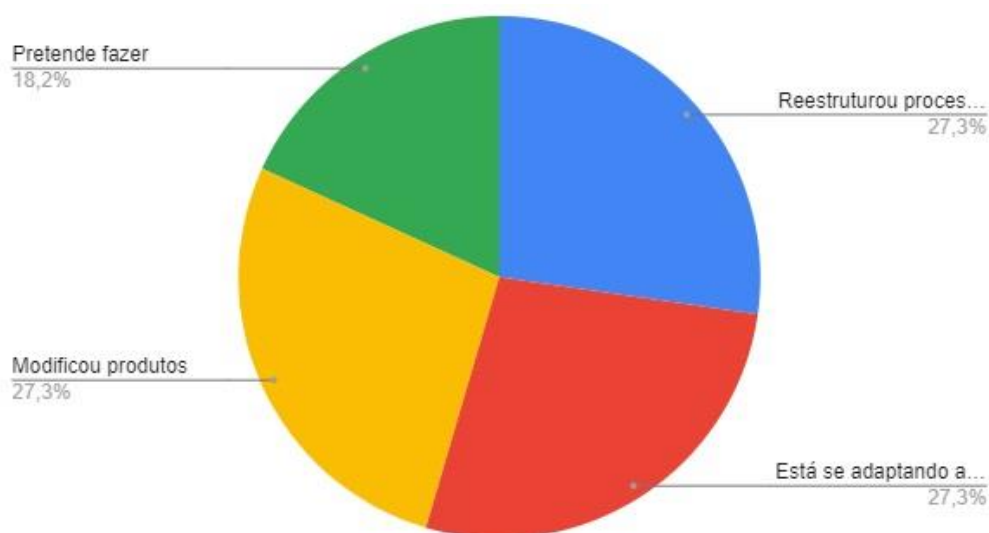
O modelo de gestão socioambiental adotado pela maioria das empresas participantes foi o de características proativas, no entanto, pouco expressivo. Uma vez que 40% das empresas afirmam praticar gestão socioambiental reativa, é reforçada a ideia de que o caráter legal ainda segue tendo mais impacto do que a própria visão estratégica para estas empresas. A máxima do mercado promete extinção de organizações ambiental e socialmente incompetentes.

Consequentemente alinhada com a abordagem socioambiental praticada, pouco mais da metade das empresas afirmou compreender e servir-se da gestão socioambiental como vantagem competitiva sobre seus concorrentes, pois há uma dificuldade maior de obter benefícios econômicos e fatias de um mercado em transição quando se tem uma abordagem reativa. Com base na estratégia, o desenvolvimento de recursos e competências

internas alinhadas à concepção de produtos sustentáveis mostra-se fundamental para a criação e sustentação de vantagens competitivas, pois a relação entre as perspectivas de mercado e o planejamento estratégico é recíproca.

Desta forma, buscou-se compreender o potencial do mercado atual atrelando-o ao potencial das empresas no papel de agentes do desenvolvimento. A figura 9 representa o quadro de empresas que modificou produtos ou processos, ou ainda, que esteja se adaptando às demandas. Tendo em vista a capacidade de resposta da empresa, além da abertura do próprio mercado a nichos sustentáveis.

Figura 9 - Modificações em função da sustentabilidade



Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

A abordagem sustentável é complexa e exigente, de modo que exige das empresas um plano de negócios de causa e efeito em toda a sua cadeia, não há plano de negócio coerente sem a definição clara de uma oportunidade de negócio e toda a harmonização em função deste objetivo.

4.7 Sugestões e recomendações

Através da análise da relação socioambiental com as estratégias de negócios destas organizações, percebe-se uma desconformidade entre aspectos que deveriam estar intrinsicamente relacionados para assegurar que

a gestão socioambiental se traduza em desempenho superior. O diagnóstico elaborado evidencia como causa das deficiências encontradas o raso entendimento do dinamismo na cadeia de negócios. A competitividade é incrementada na medida em que toda a cadeia de valor é integrada a partir da materialização da sustentabilidade.

A tabela a seguir indica as propostas sugeridas para cada uma das deficiências encontradas:

Tabela 1 - Deficiências x Sugestões x Como aplicar

Sistema de Gestão Ambiental (SGA) e de Responsabilidade Social Corporativa (RSC); Abertura de canais de consulta para estabelecer integração com a comunidade e demais interessados; Promover e exigir aspectos socioambientais junto à cadeia de fornecedores.	Basear-se nas diretrizes normativas ou obter as certificações ISO 14000, ABNT 16001 e ISO 26000.	Adaptar princípios e sistemas de gestão abrangendo toda a organização com um canal de comunicação interna; Mapear funções e responsabilidades; Obter <i>feedback</i> de fornecedores e clientes; Revisar os processos para garantir continuidade.
Participação em agendas de desenvolvimento local/nacional.	Integrar-se a agendas como 21 e 2030.	Mobilizar governo e sociedade; Criar um fórum local de Agenda; Elaborar um diagnóstico; Implementar um plano local de desenvolvimento sustentável; Monitorar os avanços.

Praticar gestão socioambiental proativa.	Repensar a visão fundamentando-se nos conceitos do <i>Triple Bottom Line</i>	Integrar aspectos sociais, econômicos e ambientais visando o desenvolvimento sustentável.
Exercer vantagem competitiva.	Elaborar um plano de ação para implantar a ISO 9001.	Definir a metodologia de implementação e uma equipe para tal; Diagnosticar e executar plano de ação; Envolver os colaboradores; Adequar-se aos requisitos; Executar auditoria interna; contratar auditoria de certificação.
Desenvolver nichos de mercado e capacidade de resposta.	Aplicar a ferramenta das 5 Forças de Porter.	Estudar os concorrentes; Exercer poder de negociação com fornecedores e clientes; Antecipar-se a ameaças de novos concorrentes e/ou produtos substitutos.

Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como problema de pesquisa a realização de um diagnóstico da gestão socioambiental como recurso estratégico nas médias e grandes empresas de Santa Cruz do Sul. Julga-se, através de análises,

resultados e sugestões apresentadas, que tal problema foi satisfatoriamente respondido. Pôde-se perceber através das dimensões de valor, gestão e aspectos socioambientais um desalinhamento entre as premissas organizacionais e os elementos estratégicos norteadores dos negócios.

A partir da aplicação do questionário proposto foi possível avaliar o nivelamento da gestão socioambiental praticada pelas empresas, além de analisar seus principais pontos fracos, que apontavam falhas na estruturação dinâmica dos canais e dos agentes envolvidos, bem como na compreensão dos conceitos e sua magnitude, como a integração das cadeias de valor e produção. Foram constatadas limitações da visão sistêmica quando visado incorporar a gestão socioambiental às estratégias de negócio muito por conta de estes conceitos estarem exclusivamente atrelados a ganhos tangíveis, quando na verdade a vantagem competitiva é fruto de uma visão de mercado a se desenvolver, para depois gerar resultados.

Desta maneira, finalizadas as análises e sugestões e após o cumprimento dos objetivos, afirma-se que através da realização deste trabalho, percebe-se o cenário de urgência para adesão dos conceitos de desenvolvimento sustentável e responsabilidade social em todas as estruturas da sociedade. Os níveis de interdependência entre os demais agentes e as cadeias produtivas, entre os mercados e a cultura estão cada vez mais avançados, de modo que é necessário relaciona-los intrinsecamente para interpretar o que tem se tornado a dimensão do mecanismo de administração.

As principais limitações enfrentadas durante a realização desta pesquisa estiveram relacionadas à dificuldade na identificação das empresas objeto de estudo, e posteriormente, na obtenção de respostas ao questionário.

Em conclusão, ressalta-se a importância da realização deste estudo para o autor, pois a partir deste trabalho acredita-se que foi possível aprimorar a visão campo da administração como um todo, conciliando elementos da vida acadêmica com o contexto social e organizacional.

REFERÊNCIAS

ALIGLERI, L.; ALIGLERI L. A.; KRUGLIANSKAS I. **Gestão socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio**. São Paulo: Atlas, 2009.

ALBUQUERQUE, José de Lima. **Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2009.

BENITES, L. L. L.; POLO, E. F. **A sustentabilidade como ferramenta estratégica empresarial: governança corporativa e aplicação do triple bottom line na masia**. Revista de Administração da UFSM, Santa Maria, v. 6, edição especial, p. 195-210, MAI. 2013.

CABESTRÉ, Sonia A.; GRAZIADE, Tânia M.; POLESEL FILHO, P. **Comunicação estratégica, sustentabilidade e responsabilidade socioambiental** – um estudo destacando os aspectos teórico-conceituais e práticos. In: Anais XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom: Natal/RN, 2008.

FISHMANN, A. A.; ALMEIDA, M. I. R. de. **Planejamento estratégico na prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

GIESTA, L. C. **Desenvolvimento sustentável**, responsabilidade social corporativa e educação ambiental em contexto de inovação organizacional. Revista de Administração da UFSM, Dez. 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. **O processo da estratégia**. 3. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. **Empresas na sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

POZO, H.; TACHIZAWA, T. **Pesquisa sobre as melhores empresas em responsabilidade socioambiental**. São Paulo, 2007. Disponível em: < <https://www.laq.com.br>>. Acesso em: set. 2019.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: Herder, 1965.

SERTEK, P.; GUINDANI, R. A.; MARTINS, T. S. **Administração e planejamento estratégico**. 1. ed. Curitiba: intersaberes, 2012