



CENTRO PAULA SOUZA



ETEC "PROFª. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

ANA CAROLINA ZANONI BARREIRA

LAILA MONIQUE MARANGÃO

MATHEUS HILÁRIO RODRIGUES

MAYARA SORRENTINO

TAINÁ CAROLINA PRATTI

**GESTÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE – UM
ESTUDO DE CASO NA EMPRESA UNILEVER**

ARARAQUARA

2014

Ana Carolina Zanoni Barreira

Laila Monique Marangão

Matheus Hilário Rodrigues

Mayara Sorrentino

Tainá Carolina Pratti

GESTÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE - ESTUDO DE CASO NA EMPRESA UNILEVER

Projeto do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a ETEC "Prof.^a Anna de Oliveira Ferraz", do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito para a obtenção do diploma de Técnico de Nível Médio em Administração sob a orientação da Professora Gabriela Messias da Silva e do Professor Vicente Aparecido Scarambone.

ARARAQUARA

2014

ANA CAROLINA ZANONI BARREIRA

LAILA MONIQUE MARANGÃO

MATHEUS HILARIO RODRIGUES

MAYARA SORRENTINO

TAINÁ CAROLINA PRATTI

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Profa. Anna de Oliveira Ferraz como exigência parcial para obtenção do título de **Técnico em Administração**, sob orientação dos professores Gabriela Messias da Silva e Vicente Aparecido Scarambone.

GESTÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE - ESTUDO DE CASO NA EMPRESA UNILEVER

Aprovado Em ____ de _____ de 2014

Banca de Validação

Professora Gabriela Messias da Silva
ETEC “Profª Anna de Oliveira Ferraz”
Orientadora

Professor Vicente Aparecido Scarambone
ETEC “Profª Anna de Oliveira Ferraz”
Orientador

Professora Luciana Fabiana Almeida Steinle
ETEC “Profª Anna de Oliveira Ferraz”

ARARAQUARA
2014

Dedicamos nosso Trabalho de Conclusão de Curso aos nossos professores, amigos, familiares e todos aqueles que nos apoiaram.

AGRADECIMENTOS

A Deus por nos dar condições de realizar o TCC.

A Professora Gabriela Messias Da Silva e ao Professor Vicente Scarambone por toda a ajuda e orientação na realização das pesquisas e slides.

Aos professores em geral.

A Etec Anna de Oliveira Ferraz por nos proporcionar um ensino de qualidade.

Aos colegas de classe pelos momentos alegres e extrovertidos.

Quando a última árvore tiver caído,
quando o último rio tiver secado, quando
o último peixe for pescado, vocês vão
entender que dinheiro não se come.

Greenpeace

RESUMO

Sustentabilidade e Gestão Ambiental Empresarial fazem parte de um campo que hoje em dia está cada vez mais amplo dentro de uma empresa. A Sustentabilidade e Gestão Ambiental Empresarial servem para o controle e a utilização da ferramenta, pois ajuda a empresa a utilizar produtos que não prejudicam o meio ambiente, oferecendo menores gastos com essa atitude. O tema estudado cuida para que ocorram diversas melhorias na empresa com a utilização de serviços sustentáveis. É ter a preocupação tanto como pessoa quanto como empresa, cuidando do meio em que se habita. As empresas estão olhando com bons olhos e se preocupando constantemente com a preservação do meio ambiente. Este Trabalho de Conclusão de Curso foi baseado com estudo de caso na empresa Unilever, pois é uma empresa que se preocupa e inova seus produtos frequentemente, visando à preservação do meio ambiente.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Gestão Ambiental. Empresa.

ABSTRACT

In recent years, Sustainability and Business Environmental Management are part of a wide Field inside a business company. They both work in order to controlling and using the tool, because they help the company in the usage of products that are not hazardous to the environment and, consequently, they also help to decrease the costs. The theme of this study is responsible for many improvements in the company through the usage of sustainable services. It is concerned to be responsible both as a person as company, taking care of the environment in which one inhabits. The companies are looking favorably to preservation on the environment – and they are also very concerned with this theme. This Course Conclusion Work is based on a case study made in Unilever, which was chosen by us because it is a company that frequently inovates its products, aiming the preservation of the environment.

Keywords: Sustainability. Environmental Management. Business.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 JUSTIFICATIVA	10
1.2 OBJETIVOS	11
1.2.1 Objetivos geral:	11
1.2.2 Objetivo específico :	11
1.3 METODOLOGIA DE PESQUISA	11
1.4 CRONOGRAMA.....	12
2 SUSTENTABILIDADE.....	13
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO	13
2.2 CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE.....	14
2.2.1 Ações Relacionadas à Sustentabilidade	15
2.3 SUSTENTABILIDADE NO BRASIL E NO MUNDO ATUAL	16
2.3.1 Principais Práticas Adotadas Pelas Cidades Sustentáveis	16
2.3.2 Exemplos de Cidades com Práticas Sustentáveis no Brasil	17
2.3.3 Exemplos de Cidades com Práticas Sustentáveis no Mundo	18
2.4 SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL	18
3 GESTÃO AMBIENTAL.....	21
3.1 CONTEXTO HISTÓRICO	21
3.2 CONCEITO DE GESTÃO AMBIENTAL	22
3.2.1 Métodos e Objetivos Principais da Gestão Ambiental	22
3.3 GESTÃO AMBIENTAL EMPRESARIAL	23
3.3.1 Benefícios Econômicos	24
3.3.2 Benefícios Estratégicos.....	24
3.3.3 Incremento de Recursos	24
3.4 EXEMPLOS DE EMPRESAS QUE PRATICAM SUSTENTABILIDADE E GESTÃO AMBIENTAL.....	25
4 UNILEVER	28
4.1 SOBRE A UNILEVER	28
4.2 LOGO.....	29
4.3 SÍMBOLOS	30
4.4 OPERAÇÕES UNILEVER BRASIL.....	31
4.5 PLANO DE SUSTENTABILIDADE UNILEVER	32
4.6 COMPROMISSOS UNILEVER.....	34
4.6.1 Melhorar a Saúde e o Bem Estar	34
4.6.2 Melhorar a Nutrição.....	35

4.6.3 Reduzir Impacto Ambiental	35
4.6.4 Melhoras as Condições de Vida	35
4.7 PLANO DE SUSTENTABILIDADE NO BRASIL	36
4.8 COMPROMISSOS UNILEVER BRASIL	36
4.9 MEIO AMBIENTE	37
4.10 MONITORAMENTO DE INDICADORES	38
4.11 IMPACTOS DAS FÁBRICAS	38
CONCLUSÃO	40
REFERÊNCIAS	41
ANEXOS	45

1 INTRODUÇÃO

O termo “sustentável” tem origem na palavra latina *sustentare*, que nada mais é que: sustentar, favorecer, apoiar, conservar, cuidar. De acordo com o Relatório de Brundtland, de 1987, a utilização de recursos naturais por meios sustentáveis deve “suprir as necessidades da geração presente sem afetar a possibilidade das gerações futuras de suprir as suas”.

Ações sustentáveis garantem um planeta com as condições necessárias para seu desenvolvimento em diversas formas de vida, inclusive a humana. Garantem também o futuro das próximas gerações, garantindo a elas uma boa qualidade de vida.

A sustentabilidade empresarial é definida basicamente como um conjunto de medidas tomadas por uma empresa, visando o desenvolvimento sustentável da sociedade sem desrespeitar o meio ambiente. Para isso, a empresa deve adotar ações éticas e práticas, levando em consideração o seu crescimento econômico, mas que não agredam os recursos naturais existentes.

A gestão ambiental é um sistema adquirido por empresas que se preocupam com o meio ambiente, dando maior importância à sustentabilidade empresarial e visa à redução máxima de impactos ambientais causados por suas atividades econômicas.

As vantagens para a adoção desse sistema são diversas, pois a imagem empresarial no mercado consumidor é melhorada e servem de exemplo para as demais empresas. Além disso, a gestão ambiental reduz custos, evita desperdícios e reutiliza materiais que anteriormente seriam descartados.

1.1 JUSTIFICATIVA

Justifica-se o tema Gestão Ambiental e Sustentabilidade Empresarial pelo fato de ser um assunto atual, que está em alta no mercado. É um tema que será

bastante explorado no futuro e, conseqüentemente, é de interesse mundial envolvendo todos os setores, ambiental, social, cultural e econômico.

A temática contribui para que haja melhores soluções a favor do meio ambiente, e analisar os prós e os contras a partir de empresas e pessoas influentes, já é um bom começo para que se mude o restante.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivos geral:

Este trabalho tem como objetivo geral avaliar os conceitos de sustentabilidade empresarial e gestão ambiental.

1.2.2 Objetivo específico :

- Apresentar o tema Sustentabilidade empresarial, detectando-o como tendência futura;
- Identificar e apresentar a importância e as vantagens e desvantagens de se ter uma empresa sustentável;
- Avaliar os recursos sustentáveis utilizados pela empresa Unilever;
- Verificar a como a empresa aborda este tema no seu dia-a-dia.

1.3 METODOLOGIA DE PESQUISA

As metodologias utilizadas para a elaboração deste Trabalho de Conclusão de Curso serão:

2 SUSTENTABILIDADE

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO

Com o início da Revolução Industrial no século XVIII, os caminhos para o crescimento econômico acelerado não se baseavam em preocupações com o meio ambiente, o que contribuiu para a futura e contínua escassez de recursos naturais.

Na década de 60, vários grupos sociais contestaram os princípios de desenvolvimento mundial, eclodindo assim os primeiros movimentos ambientalistas, como por exemplo, a World Wild Foundation (WWF), em 1961.

A Primeira Conferência Mundial sobre o Homem e o Meio Ambiente das Nações Unidas foi organizada em 1972 e ocorreu na Suécia, mais precisamente em Estocolmo, quando futuros problemas cruciais causados pela poluição atmosférica devido a indústrias estavam sendo detectados pela sociedade científica. A partir disso, a tendência de certificação se iniciou e em 1978, o primeiro selo ecológico foi apresentado, o Blue Angel. Incentivado pelo governo Alemão, é o programa de rotulagem ambiental mais antigo.

Devido a graves acidentes ambientais ocorridos na década de 80 – como o acidente nuclear de Chernobyl em 1986 (considerado o maior acidente nuclear da história) e o naufrágio do navio petroleiro Exxon Valdez em 1989 (que causou imensuráveis danos a 1.200 quilômetros quadrados no litoral do Alasca devido a um derramamento de 11 milhões de galões de óleo) – as Nações Unidas criou o termo Desenvolvimento Sustentável em 1983, com o objetivo de impor a ideia de que a satisfação de necessidades alcançadas no presente não comprometa a satisfação de necessidades buscadas no futuro. Além disso, em 1987 o Protocolo de Montreal foi assinado por mais de 150 nações, visando à abolição de algumas substâncias nocivas à camada de ozônio, e também houve a Convenção da Basiléia na Suíça, que debateu sobre o comércio de resíduos líquidos e sólidos perigosos entre países.

A política Nacional do Meio Ambiente foi estabelecida no Brasil em 1981, com a função de instaurar mecanismos, padrões e instrumentos hábeis de conceder maior proteção ao meio ambiente. Dentro dessa perspectiva, a partir do Estudo de

Impacto Ambiental (EIA/RIMA) e da Resolução do CONAMA nº 001 de 1986, o licenciamento e o controle das operações industriais se tornou uma exigência para os Órgãos Ambientais brasileiros.

Em 1992 ocorre então a ECO 92 (Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento), onde o conceito desenvolvimento sustentável se consagra. Documentos oficiais, como a Agenda 21, a Convenção da Biodiversidade e a Convenção das Mudanças Globais do Clima, são elaborados.

2.2 CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE

O termo sustentabilidade é definido como “sustentar, dar suporte” a alguma condição, a algo ou em alguém. Atualmente, sustentabilidade esta relacionada com o bom uso dos recursos naturais e atitudes ecologicamente corretas, não comprometendo o futuro das próximas gerações.

Sustentabilidade é manter o equilíbrio dos recursos naturais, desfrutar daquilo que a natureza oferece de maneira consciente, sem prejudica-la (sempre repondo adequadamente o que se retira), buscar fontes de energia que não poluam com tanta intensidade o meio ambiente, garantir a qualidade de vida. É preservar sem abrir mão do desenvolvimento econômico e social. É extrair os bens sem prejudicar o meio ambiente e sem causar a escassez ou seu possível desaparecimento.

Existem inúmeros conceitos ligados à sustentabilidade, um deles é o crescimento sustentado, que é um crescimento na economia constante e seguro. Há também a gestão sustentável, que é coordenar uma organização dando valor a todos os seus fatores ligados ao meio ambiente. Muitos desses conceitos fazem o uso das palavras “sustentável” ou “sustentado”. A diferença entre ambos é que o primeiro indica que há possibilidade de sustentação e o segundo mostra que essa sustentação já foi alcançada.

A sustentabilidade está diretamente relacionada ao desenvolvimento econômico e material, onde há o uso dos recursos naturais de forma inteligente para

que eles se mantenham no futuro. Seguindo estes parâmetros, a humanidade pode garantir o desenvolvimento sustentável. O próprio conceito de sustentabilidade é para longo prazo e significa cuidar de todo o sistema para que as comunidades futuras possam aproveitar.

2.2.1 Ações Relacionadas à Sustentabilidade

- Exploração dos recursos vegetais de florestas e matas de forma controlada, garantindo o replantio sempre que necessário;
- Preservação total de áreas verdes não destinadas a exploração econômica;
- Ações que visem o incentivo a produção e consumo de alimentos orgânicos, pois estes não agredem a natureza além de serem benéficos à saúde dos seres humanos;
- Exploração dos recursos minerais (petróleo, carvão, minérios) de forma controlada, racionalizada e com planejamento;
- Uso de fontes de energia limpas e renováveis (eólica, geotérmica e hidráulica) para diminuir o consumo de combustíveis fósseis. Esta ação, além de preservar as reservas de recursos minerais, visa diminuir a poluição do ar;
- Criação de atitudes pessoais e empresariais voltadas para a reciclagem de resíduos sólidos. Esta ação além de gerar renda e diminuir a quantidade de lixo no solo, possibilita a diminuição da retirada de recursos minerais do solo;
- Desenvolvimento da gestão sustentável nas empresas para diminuir o desperdício de matéria-prima e desenvolvimento de produtos com baixo consumo de energia;
- Atitudes voltadas para o consumo controlado de água, evitando ao máximo o desperdício. Adoção de medidas que visem a não poluição dos recursos hídricos, assim como a despoluição daqueles que se encontram poluídos ou contaminados.

2.3 SUSTENTABILIDADE NO BRASIL E NO MUNDO ATUAL

O fator sustentabilidade ainda é visto como um mecanismo de investimento, valorizando mais a economia do que os impactos causados no ambiente e para a sociedade.

Segundo o relatório “Avaliação Ecossistêmica do Milênio” (AEM), divulgado pela ONU (Organização das Nações Unidas) em 2005, 60% de todos os ecossistemas existentes estão arruinados ou sendo utilizados de forma não sustentável.

No entanto, a preocupação com os recursos naturais vem aumentando dia a dia. A população mundial parece estar mais comprometida e conservadora, utilizando o meio ambiente de forma conscientizada. Índia, Brasil, China, Argentina e Coreia do Sul são, respectivamente, os países mais sustentáveis do mundo, tendo suas populações com maiores desempenhos conscientes. São países onde foram adotadas maiores medidas ecologicamente corretas, além de terem climas melhores para se viver.

Um meio que tem sido estimulado e avaliado atualmente no mundo é o conceito de cidades sustentáveis. São cidades que adotam uma série de práticas eficientes voltadas para a melhoria da qualidade de vida da população, desenvolvimento econômico e preservação do meio ambiente. Geralmente são cidades muito bem planejadas e administradas. Já existem várias cidades no Brasil e no mundo que adotam práticas sustentáveis. Embora não se encontre uma cidade que seja 100% sustentável, várias delas já praticam ações sustentáveis em diversas áreas.

2.3.1 Principais Práticas Adotadas Pelas Cidades Sustentáveis

- Ações efetivas voltadas para a diminuição da emissão de gases do efeito estufa, visando o combate ao aquecimento global;
- Medidas que visam a manutenção dos bens naturais comuns;

- Planejamento e qualidade nos serviços de transporte público, principalmente utilizando fontes de energia limpa;
- Incentivo e ações de planejamento para o uso de meios de transporte não poluentes como, por exemplo, bicicletas;
- Ações para melhorar a mobilidade urbana, diminuindo consideravelmente o tráfego de veículos;
- Promoção de justiça social;
- Destino adequado para o lixo. Criação de sistemas eficientes voltados para a reciclagem de lixo. Uso de sistema de aterro sanitário para o lixo que não é reciclável;
- Aplicação de programas educacionais voltados para o desenvolvimento sustentável;
- Investimentos em educação de qualidade;
- Planejamento urbano eficiente, principalmente levando em consideração o longo prazo;
- Favorecimento de uma economia local dinâmica e sustentável;
- Adoção de práticas voltadas para o consumo consciente da população;
- Ações que visem o uso racional da água e seu reaproveitamento;
- Práticas de programas que visem a melhoria da saúde da população;
- Criação de espaços verdes (parques, praças) voltados para o lazer da população;
- Programas voltados para a arborização das ruas e espaços públicos.

2.3.2 Exemplos de Cidades com Práticas Sustentáveis no Brasil

- João Pessoa - destaque na proteção de áreas ambientais;
- Extrema - preservação de áreas protegidas e conservação das águas;
- Curitiba - planejamento urbano voltado para a sustentabilidade;
- Paragominas - combate ao desmatamento;
- Santana do Paranaíba - cooperativa de catadores.

2.3.3 Exemplos de Cidades com Práticas Sustentáveis no Mundo

- Barcelona (Espanha) - mobilidade urbana e grande uso de energia solar.
- Copenhague (Dinamarca) - excelente na infraestrutura para o uso de bicicletas;
- Freiburg (Alemanha) - programas eficientes voltados para o uso racional de veículos automotores;
- Amsterdã (Holanda) - mobilidade urbana;
- Viena (Áustria) - prioridade para a compra de produtos ecológicos por parte da prefeitura;
- Zaragoza (Espanha) - sistema eficiente voltado para a economia de água;
- Thisted (Dinamarca) - 100% de uso de energia sustentável.

2.4 SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

A sustentabilidade empresarial deve se basear em três aspectos básicos. O primeiro é o ambiental, que diz respeito ao uso racional dos recursos naturais e maximização dos impactos ambientais positivos no ciclo de vida dos produtos, desde a extração da matéria-prima até a sua disposição final. O segundo é o aspecto econômico, que trata da sustentabilidade dos negócios das empresas e devem buscar o lucro e a remuneração do capital. E o terceiro é o social, que leva em consideração as políticas de responsabilidade social.

Cada vez mais as empresas se preocupam com o meio ambiente, e ao mesmo tempo é uma estratégia. A empresa que se preocupa com a sustentabilidade é aquela que cuida do Planeta, se preocupa com a comunidade e é sempre louvável aos olhos do público. Torna-se um diferencial para aquelas empresas que adotam essa ideia.

O termo sustentabilidade no mundo dos negócios refere-se à permanência da empresa no mercado de trabalho. Na sociedade e nas questões

ambientais se refere a produzir e vender sem prejudicar o meio ambiente e o bem-estar da sociedade. Adotar a ação sustentável nas empresas não é difícil, o difícil é instituir a questão ecológica ao nível que seja agradável aos investidores que pensam somente no lucro.

Os investidores veem sustentabilidade como uma estratégia de permanecer a longo prazo no mundo dos negócios, importando-se apenas com o lucro, sem se preocupar com questões do meio ambiente. Porém, para que a empresa ajude nas questões ambientais é preciso conciliar a sustentabilidade financeira (economia) aos objetivos da sustentabilidade ambiental, não desperdiçando e nem comprando o desnecessário, além de encontrar investidores com pensamentos diferentes.

Quando uma empresa tem consciência do seu consumo e produção, usando métodos ecologicamente corretos, ela gera uma nova oportunidade se diferenciando das demais.

Nos dias atuais, os recursos naturais, o reaproveitamento e a busca por métodos menos poluidores, tornaram-se necessidades ambiental, gerencial e econômica dentro de uma instituição, permitindo assim a diminuição de custos, ganho de valores corporativos e comerciais junto aos consumidores.

O aumento da massa de consumidores gera uma pressão maior sobre as empresas e suas práticas de produção, fazendo com que essas empresas se sintam forçadas a adquirirem métodos sustentáveis procurando demonstrar respeito pelo meio ambiente.

Para aumentar a preocupação das empresas com o meio ambiente a BOVESPA criou um índice para medir o grau de sustentabilidade, o ISE (Índice de Sustentabilidade nas Empresas), que busca criar um espaço de investimento compatível com as demandas de desenvolvimento sustentável da sociedade contemporânea e estimular a responsabilidade ética das corporações.

O ISE é uma ferramenta para análise comparativa do desempenho das empresas listadas na BM&FBOVESPA sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Também auxilia no entendimento sobre empresas e grupos comprometidos com a sustentabilidade, diferenciando-os em termos de qualidade,

nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, igualdade, transparência e prestação de contas, natureza do produto, além do desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e de mudanças climáticas.

As empresas que querem adotar o índice devem responder um questionário onde há perguntas sobre o meio ambiente, atuação social, governança e seu envolvimento com as causas sustentáveis. Já existem trinta e sete empresas vinculadas ao índice.

3 GESTÃO AMBIENTAL

3.1 CONTEXTO HISTÓRICO

A preocupação com problemas ambientais surgiu a partir da década de 60, devido a uma visão futura que previa a falta de matérias-primas. Em 1968 ocorreu a chamada Reunião do Clube de Roma, que tinha como objetivo avaliar a situação mundial e apresentar soluções para o futuro. A conclusão que se chegou foi que teria de haver uma diminuição na produção, fazendo com que os recursos naturais fossem menos explorados, e também que resíduos, principalmente de lixo industriais, fossem reduzidos.

A partir da década de 70, mudanças ocorreram no conceito de meio ambiente. A visão ambientalista entendida como religião passa a ser tratada como uma atividade profissional dirigida de acordo com a ciência.

Em 1972 ocorreu a I Conferência Mundial sobre Meio Ambiente em Estocolmo, na Suécia, onde o Tratado de Estocolmo foi assinado, prevendo assim a eliminação de doze poluentes tóxicos considerados os mais danosos à saúde da população e ao meio ambiente.

Neste período, a ONU criou o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), também conhecida como UNEP (United Nations Environmental Programme), uma agência responsável por catalisar a ação internacional e nacional para a proteção do meio ambiente no contexto do desenvolvimento sustentável. Seu objetivo é prover liderança e encorajar parcerias no cuidado ao ambiente, inspirando, informando e capacitando nações e povos a aumentar sua qualidade de vida sem comprometer a das futuras gerações.

A partir daí, a gestão ambiental foi fixada no mundo todo, ganhando cada vez mais evidência, tanto na vida cotidiana de uma pessoa quanto na vida de um corporação.

3.2 CONCEITO DE GESTÃO AMBIENTAL

Gestão Ambiental é o controle das atividades sociais e econômicas que tem como objetivo utilizar de maneira racional os recursos naturais, compreendendo fontes de energia que podem ou não serem renováveis. É um sistema de administração empresarial que dá ênfase na sustentabilidade. Desta forma, a gestão ambiental visa o uso de práticas e métodos administrativos que reduzem ao máximo o impacto ambiental das atividades econômicas nos recursos da natureza.

Técnicas de recuperação de áreas degradadas e de reflorestamento, formas de exploração sustentável e estudos de impactos ambientais fazem parte do conceito de gestão ambiental e na prática são/devem ser inseridas no planejamento empresarial, permitindo a redução de custos diretos (diminuição de desperdícios de matérias-primas e também de recursos cada vez mais carentes no mundo, como por exemplo, água e energia) e de custos indiretos (sanções e indenizações associadas a detrimientos ao meio ambiente ou à saúde pública).

3.2.1 Métodos e Objetivos Principais da Gestão Ambiental

- Uso de recursos naturais de forma racional;
- Aplicação de métodos que visem à manutenção da biodiversidade;
- Adoção de sistemas de reciclagem de resíduos sólidos;
- Utilização sustentável de recursos naturais;
- Tratamento e reutilização da água e outros recursos naturais dentro do processo produtivo;
- Criação de produtos que provoquem o mínimo possível de impacto ambiental;
- Uso de sistemas que garantam a não poluição ambiental. Exemplo: sistema carbono zero;

- Treinamento de funcionários para que conheçam o sistema de sustentabilidade da empresa, sua importância e formas de colaboração;
- Criação de programas de pós-consumo para retirar do meio ambiente os produtos, ou partes deles, que possam contaminar o solo, rios, etc. Exemplo: recolhimento e tratamento de pneus usados, pilhas, baterias de telefones celulares, peças de computador, etc.

3.3 GESTÃO AMBIENTAL EMPRESARIAL

A adoção de gestão ambiental é importante para uma empresa por diversos motivos. Em primeiro lugar porque ela associa sua imagem ao da preservação ambiental, melhorando no mercado as imagens das marcas de seus produtos.

Ao adotar este sistema é possível reduzir custos, evitando desperdícios e reutilizando materiais que antes eram descartados. Empresas com gestão ambiental melhoram suas relações comerciais com outras empresas que também seguem estes princípios.

A prática de gestão ambiental vem demandando produtos e serviços que estejam adaptados a esta recente tendência global. Este sistema de gestão ambiental ajuda as empresas a preservarem o meio ambiente e garante sua permanência no mercado. Muitas organizações estão se preocupando e se especializando no assunto, conquistando assim clientes que adotam tal prática.

Para que uma organização faça parte de uma boa gestão ambiental empresarial é preciso que ela desenvolva e publique uma política ambiental, estabelecendo metas e avaliando ganhos. Além disso, é necessário que haja uma clara definição das responsabilidades ambientais em cada setor da empresa para que se obtenham os recursos corretos. Educar e treinar os funcionários e informar os consumidores e a comunidade também faz parte dessa gestão. É essencial conciliar os diferentes interesses existentes entre todos os envolvidos (empresa, consumidores, comunidade, acionistas, e outros).

Uma boa gestão ambiental empresarial gera benefícios tanto econômicos quanto estratégicos, além de acrescentar e ampliar recursos.

3.3.1 Benefícios Econômicos

- Economias devido à redução do consumo de água, energia e outros insumos;
- Economias devidos à reciclagem, venda e aproveitamento de resíduos e diminuição de efluentes;
- Redução de multas e penalidades por poluição.

3.3.2 Benefícios Estratégicos

- Melhoria da imagem institucional;
- Renovação do "portfólio" de produtos;
- Aumento da produtividade;
- Auto comprometimento da pessoa;
- Melhoria nas relações de trabalho;
- Melhoria e criatividade para novos desafios;
- Melhoria das relações com os órgãos governamentais, comunidade e grupos ambientais;
- Acesso assegurado ao mercado externo;
- Melhor adequação aos padrões ambientais.

3.3.3 Incremento de Recursos

- Aumento da contribuição marginal de “produtos verdes” que podem ser vendidos a preços mais altos;
- Aumento da participação no mercado devido a inovação dos produtos e menos concorrência;

- Linhas de novos produtos para novos mercados;
- Aumento da demanda para produtos que contribuam para diminuição da poluição.

3.4 EXEMPLOS DE EMPRESAS QUE PRATICAM SUSTENTABILIDADE E GESTÃO AMBIENTAL

Petrobras

A Petrobras organizou um documento chamado Diretrizes da Sustentabilidade, que tem por finalidades a proteção da biodiversidade e controle da exploração e produção de óleo e gás na Amazônia, além de desenvolver alguns projetos paralelos de inserção social, como a Rede de Reciclagem e Resíduos, que em cinco anos beneficiou mais de 7 mil catadores de materiais recicláveis atuando em 9 estados nacionais.

Banco do Brasil

O Banco oferece créditos para empresas que promovem a sustentabilidade em sua linha de produção através de um compromisso, firmado junto com o Ministério do Meio Ambiente, chamado Agenda 21.

Caixa Econômica Federal

A Caixa Econômica Federal faz parte do Projeto Corporativo de Responsabilidade Social, usando o desenvolvimento do projeto em sua própria organização, incentivando empregados, clientes, fornecedores e parceiros a praticar ações sustentáveis, além de usar materiais reciclados em suas agências.

Vale

A Vale iniciou em 2010 a implantação do Sistema de Gestão Ambiental (baseado nas diretrizes do ISO 14001), oferecendo ferramentas para garantir a

conformidade legal das atividades, produtos e serviços de uma empresa que resolva adotar o sistema.

A empresa também promove a recuperação de áreas degradadas, além de investir em pesquisas de novas tecnologias para aprimorar o sistema de controle de gestão ambiental, na gestão de resíduos e produtos químicos.

Furnas

Colabora para o Programa de Reaproveitamento de Óleo Vegetal do Estado do Rio de Janeiro e ajuda o projeto Coleta Seletiva Solidária, que promoveu mais de 310 toneladas de materiais gerados pela própria empresa.

Itaipu

A empresa possui uma série de ações voltadas à sustentabilidade, com destaque para o projeto Cultivando Água Boa, que reúne 22 associações de produtores rurais com o intuito de obter insumos orgânicos para preservar o solo, inibindo o uso de agrotóxicos.

Natura

A Natura, visando à diminuição de carbono na atmosfera, utiliza o chamado “plástico verde” em sua produção, que é 100% reciclável. Sua marca Ekos utiliza o manejo sustentável juntamente com 19 comunidades rurais espalhadas pelo país, melhorando e incentivando pesquisas para o avanço nesta linha de produção.

Desde 2005 a empresa estimula a produção de matérias-primas totalmente renováveis, em substituição daquelas que são de origem animal.

Wall Mart

A empresa de supermercados concentra seu sistema de sustentabilidade em três pontos importantes, a energia, os resíduos e os produtos. O primeiro deles reduz em aproximadamente 30% o consumo de energia em toda rede; o segundo incentiva a redução de embalagens e programa estações de tratamento e reciclagem para todo o lixo produzido pelas unidades de venda; o último estimula o

uso de produtos orgânicos em cada cadeia de alimentos, e reduz em até 70% a presença de fosfato em detergentes e sabões.

4 UNILEVER

4.1 SOBRE A UNILEVER

De acordo com informações obtidas a partir do site da Unilever, a empresa está presente há 85 anos no mercado e é uma das principais companhias da indústria de bens de consumo do Brasil. Uma companhia anglo-holandesa existente em 190 países que abrange a produção de diversos produtos, desde cuidados pessoais até a alimentação, com 700 produtos de mais de 400 marcas espalhadas pelo mundo, tendo na Unilever Brasil cerca de 13 mil funcionários trabalhando frequentemente, com indústrias em São Paulo, Pernambuco, Minas Gerais e Goiás, contando também com redes de distribuição nas outras regiões do país. Sua produção é desenvolvida para o mercado interno.

A história da Unilever se inicia no século XIX, na Inglaterra, com William Hesketh Lever. Ele é responsável por fundar a empresa a partir de uma ideia original: dar nomes e embalagens individuais aos sabões que produzia, dando origem a Sunlight, que foi um grande sucesso. Em um breve período a empresa expandiu o negócio para outros países e em 1929 a Levers Brothers uniu-se a um grupo holandês da área de alimentos, ampliando o mercado. No mesmo ano a empresa chegou ao Brasil, com a fundação da Irmãos Lever, em São Paulo.

Ao adquirir a Cia. Gessy Industrial, em 1960, a Irmãos Lever adotou o nome Gessy Lever. Em 1970, a companhia resolve entrar no mercado de alimentos, com o lançamento da margarina Dorian. Em 2000, a Gessy Lever adquiriu a Bestfoods, uma das maiores empresas de alimentos do mundo, que havia acabado de incorporar as operações da Arisco. Em 2001, a então Gessy Lever muda sua identidade corporativa internacional, trocando seu nome e razão social para Unilever.

4.2 LOGO



Fonte: <http://www.cidadedoslogos.com/blog/unilever-um-logo-que-significa-tudo/>

Em maio de 2004 uma nova identidade visual, que seria adotada oficialmente a partir de 2005, foi assumida pela Unilever, representando assim um momento de inovação da empresa e coincidindo também com o aniversário de 75 anos. O novo logo mantém as características da versão antiga (desenhada em 1967). Ele continua com um “U” estilizado com assinatura embaixo, mas o logo ganhou um novo significado.

Esse novo logo é formado por 25 símbolos (ligados à produtos ou à vida), cada um com o seu significado e organizados para se encaixarem e se completarem, fazendo com que a empresa consiga retratar sua grandeza através de um ícone que representa “tudo”.

Além do “U” com muitos significados, a tipografia do nome também mudou. Passou a ter uma fonte manuscrita que reflete as curvas e formas dos 25 símbolos.

4.3 SÍMBOLOS

	Sol: Toda vida começa com o sol. Símbolo supremo da vitalidade representa várias marcas.		DNA: A hélice dupla, o mapa genético da vida e um dos símbolos da biociência. É a chave para uma vida saudável.
	Abelha: Representa a criação, a polinização, o trabalho árduo e a biodiversidade.		Mão: Um símbolo de sensibilidade, cuidado e necessidade. Representa a pele e o toque. Flor: Representa a fragrância. Quando vista com a mão, representa hidratantes ou cremes.
	Cabelos: Um símbolo de beleza e boa aparência. Ao lado da flor, evocam limpeza e fragrância. Próximo à mão, representam maciez.		Palmeira: Uma fonte nutritiva de recursos, também é um símbolo do paraíso.
	Molhos ou margarinas: Representam mistura ou preparo. Sugerem combinação de condimentos e adição de sabor.		Colher: Símbolo de nutrição, de experimentar sabores e cozinhar.
	Chá: Uma planta ou extrato de uma planta, como o chá. Também simboliza cultivo e plantio.		Tigela: Uma tigela de comida com aroma delicioso. Também representa uma refeição pronta, uma bebida quente ou uma sopa.
	Partículas: Uma referência à ciência, bolhas e efervescência.		Especiarias e sabores: Representam pimenta ou ingredientes frescos.
	Congelado: A planta simboliza o frescor, o floco de neve representa congelamento. Um símbolo de transformação.		Peixe: Representa alimento, o mar ou a água fresca.

	Onda: Simboliza limpeza, frescor e vigor, tanto na higiene pessoal quanto num ícone de lavanderia (com a camisa).		Brilho: Limpo, saudável e cintilante de energia.
	Líquido: Uma referência à água limpa e à pureza.		Pássaro: Um símbolo da liberdade. Sugere alívio das tarefas diárias para poder aproveitar da vida o que ela tem de melhor.
	Recipiente: Simboliza a embalagem. Um pote de creme associado a cuidados pessoais.		Reciclar: Parte do compromisso com a sustentabilidade.
	Roupas: Representam roupas recém-lavadas e boa aparência.		Lábios: Representam beleza, boa aparência e paladar.
	Coração: Um símbolo de amor, cuidado e saúde.		Sorvete: Um agrado, prazer e diversão.

Fonte: <http://www.unilever.com.br>

4.4 OPERAÇÕES UNILEVER BRASIL

Município	Estado	Início das Operações	Produtos Fabricados
Vinhedo	SP	1978	Amaciantes (Comfort e Fofo), Xampus e Condicionadores (Seda, Suave, Dimension, Dove, TRESemme e Clear), Desodorante roll-on (Dove, Rexona e Axe), sabonetes líquidos (Lux, Lifebuoy e Dove)
Valinhos Sorvetes	SP	1970	Sorvete take home (potes Kibon) e Impulso (picolés Kibon)

Valinhos Cuidados Pessoais	SP	1895	Sabonete em barra (Dove, Lux, Vinólia, Lifebuoy e Fofo)
Indaiatuba	SP	1982	Detergente em pó (Brilhante, Omo e Surf)
Pouso Alegre	MG	1975	Bebida à base de soja (AdeS), Caldos (Arisco e Knorr), Sopas (Arisco e Knorr), Tempero em pó (Knorr)
Goiânia	GO	1969	Maionese (Arisco e Hellmann's), molho de salada (Hellmann's), mostarda (Arisco e Hellmann's), temperos em pó e pasta (Arisco), sobremesas Carte D'Or, Food Solutions, Knorr Meu Arroz
Ipojuca	PE	2005	Amaciante (Comfort e Fofo), creme dental (Close Up e Pepsodent, exclusivo para exportação), desodorante spray (Rexona), xampu, condicionador, creme para pentear (Seda), creme para tratamento (Seda), linha TRESsemmé
Garanhuns	PE	1991	Amido de milho (Maizena), farinha de milho com farinha de arroz para o preparo de mingaus (Arrozina), mistura à base de amido de milho para o preparo de mingaus (Cremogena), xarope de glucose (Karo) e coberturas (Karo)
Jaboatão dos Guararapes	PE	1999	Sorvete take home (potes Kibon e Sorvane) e Impulso (picolés Kibon), copos (Kibon)
Igarassu	PE	1997	Detergente em pó (Ala, Brilhante, Omo e Surf)

Fonte: <http://www.unilever.com.br>

Por meio de fábricas, centros de distribuição e escritórios, a empresa garante a presença das marcas e produtos da Unilever em todo o país.

4.5 PLANO DE SUSTENTABILIDADE UNILEVER

A Unilever investe constantemente na agregação da sustentabilidade nos planos de negócio, visando ampliar, inovar e diversificar produtos e serviços, construindo assim vínculos de longo prazo com clientes, instituições, funcionários e fornecedores. A empresa acredita que criar um elo com todos os componentes de uma cadeia produtiva gera benefícios que garantem a qualidade do que se faz, atendendo as necessidades dos consumidores, deixando-os satisfeitos e reduzindo os custos e os impactos causados ao meio ambiente como, por exemplo, resíduos gerados e consumo de água.

As estações de reciclagem fazem parte de um projeto da Unilever e vem causando um impacto positivo na sociedade, pois permitem que os consumidores descartem seus resíduos domésticos corretamente. Em cerca de 12 anos, 75,3 mil toneladas de materiais foram coletadas.

O uso de fontes de energias renováveis é uma das principais estratégias da empresa, que tem como plano crescer afetando o mínimo possível dos recursos naturais utilizando tecnologias mais limpas, diminuindo os impactos ambientais. O óleo vegetal, o etanol e a biomassa são alguns dos recursos que estão sendo utilizados para abastecer as fábricas.

Também conhecido como USLP, o Plano de Sustentabilidade da Unilever tem como objetivo aumentar o impacto social da empresa de forma positiva por meio de uma separação entre o crescimento empresarial e seu impacto ambiental.

Esse plano chegou para consolidar o compromisso da empresa com o seu desenvolvimento sustentável a partir de práticas de gestão ambiental, que envolve clientes, fornecedores, consumidores, comunidades e governos, englobando atividades diretas e também a cadeia de valores da empresa.

Até 2020 a empresa pretende alcançar três importantes metas: aperfeiçoar a saúde e o bem-estar, abater o impacto ambiental e adquirir matérias-primas agrícolas de maneira 100% sustentável, melhorando assim a vida de todos os envolvidos os que valorizam essas ações.

Para a obtenção dessas metas é necessário um desempenho social, ambiental e econômica que vai desde a aquisição da matéria-prima até o uso do

produto final. A busca para o cumprimento das metas é incansável e são feitos progressos constantemente.

O objetivo é inspirar um modo de vida novo para as pessoas e, para que isso seja possível, a redução do impacto ambiental, o progresso da saúde, da higiene, do consumo consciente e do bem estar são os fatores mais importantes a serem tratados pela Unilever, causando um avanço na sociedade brasileira.

4.6 COMPROMISSOS UNILEVER

O compromisso com a sustentabilidade ocorre através de ações comunicativas, de gestão e também por meio de negócios alinhados ao Plano de Sustentabilidade da Unilever, cujo objetivo se reflete em métodos que englobam atividades diretas e também a cadeia de valores da empresa. Isso faz com que clientes, fornecedores, consumidores, governos e comunidades se envolvam com esse compromisso.

O desejo principal é influenciar a mudança de hábitos na vida das pessoas, dando prioridade a redução dos impactos ambientais, a saúde, a higiene, o consumo consciente e o bem estar responsável, causando um impacto positivo na população.

A Unilever tem como objetivo disponibilizar produtos que melhorem os padrões de vida de uma sociedade, se preocupando com o futuro. Para isso, a empresa estimula e inspira as pessoas para que elas optem por atitudes diárias que somadas façam uma grande diferença para o mundo.

4.6.1 Melhorar a Saúde e o Bem Estar

A Unilever estima que já ajudou 224 milhões de pessoas a tomarem decisões voltadas à melhoria da saúde e do bem-estar e, até 2020, pretende auxiliar

mais de um bilhão de pessoas em relação a higiene incluindo também a chegada de água potável a 500 milhões de pessoas, fazendo assim com que haja redução em doenças fatais causadas por falta de higiene pessoal e social.

A empresa apoia também programas de saneamento do UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a Infância) visando atingir as comunidades mais carentes do mundo.

4.6.2 Melhorar a Nutrição

A Unilever trabalha frequentemente na melhoria do sabor e da qualidade nutritiva dos seus produtos, promovendo dietas mais saudáveis a milhares de pessoas.

4.6.3 Reduzir Impacto Ambiental

A empresa já reduziu seu impacto em relação a gases do efeito estufa e resíduos pela utilização do consumidor e tem como meta reduzir o uso da água por parte dos consumidores a partir de produtos mais fáceis de enxaguar, produtos que usam menos água, reduzir água na fabricação, reduzir embalagens, aumentar os conteúdos reciclados.

4.6.4 Melhorar as Condições de Vida

A meta é obter exatamente todas as matérias-primas de forma sustentável até 2020. Isso trará benefícios para redução de custos, proteção dos recursos ambientais e garante a segurança no fornecimento.

4.7 PLANO DE SUSTENTABILIDADE NO BRASIL

A Unilever Brasil tem contribuído para o cumprimento de suas metas globais (com destaque para a boa gestão ambiental e para os relacionamentos com o público) através de seu documento de referência, orientação e posicionamento global sobre a estratégia de crescimento: o Plano de Sustentabilidade. Ele estabelece uma série de metas em três pilares fundamentais: Melhorar a Saúde e o Bem Estar, Reduzir o Impacto Ambiental e Melhorar as Condições de Vida e Trabalho.

Antes do lançamento do plano, monitorar o desempenho de todas as operações ao redor do mundo em relação às metas socioambientais já era uma prática padrão. Com o plano, essa prática ganhou um objetivo maior, que é alcançar a Visão da companhia.

Anualmente, as subsidiárias relatam as ações desenvolvidas para colaborar para o cumprimento dos objetivos. Nesse sentido, a Unilever Brasil tem papel estratégico: afinal, é a segunda maior operação da companhia no mundo, tendo grande impacto na entrega das metas do Plano Global. Os resultados são compilados no Relatório de Progresso do Plano de Sustentabilidade Unilever, publicado após o primeiro trimestre de cada ano com dados do período anterior.

4.8 COMPROMISSOS UNILEVER BRASIL

- Reduzir o teor de gordura, açúcar e sódio dos nossos produtos alimentícios;
- Estimular a mudança de hábitos por uma qualidade de vida melhor;
- Reduzir as emissões de gases poluentes, o consumo de água e a geração de resíduos sólidos nas operações de manufatura;
- Adquirir 100% da matéria-prima agrícola de fontes sustentáveis;

- Colaborar para a inserção de pequenos fornecedores em nossa cadeia de suprimentos;
- Crescer de modo sustentável com nossos parceiros comerciais;
- Promover o consumo consciente.

4.9 MEIO AMBIENTE

A Unilever tem a missão de reduzir pela metade os impactos ambientais de suas atividades e operações, ao mesmo tempo em que pretende dobrar o tamanho do negócio em um prazo de seis anos. Para atingir esse objetivo, quatro aspectos são prioridades da gestão ambiental da empresa no mundo: emissões de gases de efeito estufa, consumo de água, geração e destinação de resíduos e recursos sustentáveis.

Existem metas de médio e longo prazos para cada um desses temas, deliberadas pela divisão global da companhia, e ainda há ações nas esferas locais e regionais para que haja o cumprimento dos compromissos propostos.

Nos anos anteriores, os avanços e desafios enfrentados no Brasil foram mapeados e houve um investimento em ferramentas de gestão, identificando os temas mais importantes para o negócio. Esse processo, chamado de materialidade confirmou que, no Brasil, a emissão de GEE (Gases do Efeito Estufa) e o consumo de água também são aspectos relevantes para a Unilever.

Para atingir metas e desempenhar os compromissos, também é essencial o envolvimento de clientes, fornecedores e consumidores em ações que se estendem ao longo da cadeia de suprimentos. Para fortalecer essa orientação, a Unilever global estruturou um grupo para compartilhar experiências entre as operações e equipes ao redor do mundo.

Entre os focos da empresa estão a busca de ecoeficiência na cadeia de distribuição e o incentivo ao consumo e uso de produtos que promovam menor impacto ambiental, a exemplo de algumas soluções recentes que lançadas no mercado, como os detergentes e amaciantes líquidos concentrados.

4.10 MONITORAMENTO DE INDICADORES

Na Unilever, o monitoramento dos indicadores ambientais é feito por meio de três sistemas. O primeiro, e também mais antigo, é o EPR (Environmental Performance Reporting, na sigla em inglês, ou Relatório de Desempenho Ambiental), ferramenta global que reúne dados de performance das operações de manufatura, enviados mensalmente às equipes.

O segundo sistema foi implementado em 2011 e coleta indicadores ambientais e sociais da Global Reporting Initiative (GRI) nas manufaturas, trazendo melhorias de gestão e monitoramento dos dados. E o terceiro sistema recebe mensalmente os dados do inventário de emissões de GEE no Brasil, elaborado de acordo com a metodologia GHG Protocol.

4.11 IMPACTOS DAS FÁBRICAS

A influência direta e indireta que as fábricas da Unilever exercem sobre o meio ambiente e as comunidades locais exige controle, monitoramento e ações específicas para evitar e minimizar impactos ambientais e sociais.

O consumo de água é um dos aspectos relevantes para a categoria de alimentos, devida a fabricação de bebidas como Ades e sorvetes Kibon, ou ainda em função da necessidade de impulsionar mais lavagens nas linhas de produção. Por isso, operações como Pouso Alegre (MG) e Valinhos (SP) contribuem de forma significativa para os indicadores relacionados ao tema.

Em relação às emissões, os detergentes em pó condizem por boa parte dos gases de efeito estufa dispersados na atmosfera. A fábrica de Indaiatuba, no interior de São Paulo é um importante eixo de impacto nesse sentido. Isso ocorre em função da torre de sopragem, uma tecnologia que permite a transformação da massa de detergente em pó.

Outra fábrica importante nesse aspecto é a de Valinhos, a maior emissora por tonelada produzida, devido, principalmente, à utilização de vapor para a produção de sabonetes em barra e sorvetes.

CONCLUSÃO

O principal objetivo ao elaborar este Trabalho de Conclusão de Curso foi esclarecer os conceitos dos termos Sustentabilidade e Gestão Ambiental, mostrando a história de cada um deles, expondo assim o quanto são úteis e importantes se aplicados não só ao cotidiano das pessoas, mas principalmente às empresas.

A sustentabilidade eclodiu na década de 60 a partir de um processo de escassez de recursos naturais. Esse processo deu início à preocupação com o meio ambiente e com problemas futuros causados pela poluição e foi responsável por gerar os primeiros movimentos ambientalistas. No entanto, não se sabia o melhor meio de se promover a sustentabilidade dentro das organizações, foi aí então que surgiu a Gestão Ambiental, um sistema administrativo empresarial que é responsável por controlar atividades sociais e econômicas, visando a maior redução possível nos impactos ambientais e garantindo que os recursos naturais sejam utilizados de forma racional.

A empresa Unilever foi escolhida para um estudo de caso por ser uma companhia de grande porte, presente no mundo todo, que pratica a gestão ambiental e valoriza os recursos sustentáveis. Além disso, a empresa visa a melhoria do meio ambiente e busca meios constantemente para que o mesmo seja afetado o menos possível.

Portanto, conclui-se que a sustentabilidade e a gestão ambiental são essenciais para que haja vida saudável e consciente e são responsáveis para que uma empresa se torne exemplo para o mundo, incentivando as demais empresas e também as pessoas a seguirem um modelo de vida que preze o meio ambiente e contribua para um progresso na utilização, de forma inteligente, do local em que se vive.

REFERÊNCIAS

AMARAL, J. **Sustentabilidade**: preparando a gestão sustentável. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/noticias/administracao-e-negocios/sustentabilidade-preparando-a-gestao-sustentavel/36573/> >. Acesso em: 28 Fev/2014.

ATITUDES SUSTENTÁVEIS. **Sustentabilidade**. Disponível em:< <http://www.atitudessustentaveis.com.br/sustentabilidade/sustentabilidade-tema-atual-com-foco-no-futuro/>>. Acesso em: 08/10/2013

ATITUDES SUSTENTAVEIS. **Você sabe o que é sustentabilidade empresarial?**. Disponível em: <<http://www.atitudessustentaveis.com.br/sustentabilidade/voce-sabe-sustentabilidade-empresarial/>>. Acesso em: 07 Fev/2014

BRASIL SUSTENTAVEL. **Sustentabilidade**. Disponível em:< <http://www.brasilsustentavel.org.br/sustentabilidade>>. Acesso em: 08/10/2013

CONCEITO. **Sustentabilidade**. Disponível em: < <http://www.suapesquisa.com/ecologiasaude/sustentabilidade.html>>. Acesso em: 24/09/2013

GESTÃO AMBIENTAL. Disponível em: <http://www.suapesquisa.com/ecologiasaude/gestao_ambiental.htm>. Acesso em: 01/10/2013

GESTÃO AMBIENTAL NA EMPRESA. **A mudança no ambiente de negócios**. Disponível em: < <http://pbarreto.com/paginas/gestambemp.htm> >. Acesso em: 14 Fev/ 2014.

HISTÓRICO DA SUSTENTABILIDADE. Disponível em: <http://www.abmapro.org.br/page/artigos_detalhes.asp?id=5>. Acesso em: 24/09/2013

OUTRA POLITICA. **Os limites da sustentabilidade no mundo atual**. Disponível em: < <https://outrapolitica.wordpress.com/2009/07/31/os-limites-da-sustentabilidade-no-mundo-atual/> >. Acesso em: 28 Fev/2014.

PORTAL BRASIL. **Sustentabilidade nas empresas**. Disponível em: < <http://revista.brasil.gov.br/especiais/rio20/desenvolvimento-sustentavel/sustentabilidade-nas-empresas-brasileiras> >. Acesso em: 28 Fev/2014.

REBOUÇAS, Fernando. **Conceitos de sustentabilidade no mundo corporativo**. Disponível em: < <http://www.infoescola.com/administracao/conceitos-de-sustentabilidade-no-mundo-corporativo/> >. Acesso em: 07 Fev/2014.

REDAÇÃO ECOD. **Especialistas destacam pontos positivos e negativos da nova Lei de Resíduos sólidos**. Disponível em: < <http://www.ecodesenvolvimento.org/noticias/especialista-destaca-pontos-positivos-e-negativos> >. Acesso em: 07 Fev/2014.

UNILEVER. **Aterro zero**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/aboutus/meioambiente/aterrozero/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Biomassa**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/aboutus/meioambiente/usodebiomassa/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Centro de história Unilever**. Disponível em: < http://www.unilever.com.br/aboutus/centro_de_historia_unilever/ >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Estações de reciclagem**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/aboutus/meioambiente/estacoesdereciclagem/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Estratégia de sustentabilidade**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/aboutus/estrategiadesustentabilidade/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **História da Unilever no Brasil**. Disponível em: < http://www.unilever.com.br/aboutus/unilever_no_brasil/ >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Imprensa**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/aboutus/imprensa/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Meio ambiente**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/aboutus/meioambiente/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Nosso lago**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/aboutus/aboutunilever/NossoLogo/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Nova visão**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/aboutus/aboutunilever/nossavisao/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Nutrição**. Disponível em:< <http://www.unilever.com.br/aboutus/nutricao/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Operações**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/aboutus/aboutunilever/operacoes/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Plano de sustentabilidade na Unilever**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/sustentabilidade/planodesustentabilidadedaunilever/#> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Plano de sustentabilidade no Brasil**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/aboutus/estrategiadesustentabilidade/planodesustentabilidadedenobrasil/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Sobre a Unilever**. Disponível em: < <http://www.unilever.com.br/aboutus/aboutunilever/> >. Acesso em: 21 Fev/2014.

UNILEVER. **Sustentabilidade**. Disponível em:< <http://www.unilever.com.br/?WT.srch=1&WT.adsite=Google&gclid=CMLGnOeH9rkCFZRj7AodABcAAQ>>. Acesso em: 08/10/2013

Universo Jatobá. **Sustentabilidade**. Disponível em: <<http://universojatoba.com.br/plano-de-sustentabilidadeunilever/?gclid=CNvv9uiH9rkCFevm7Aod6T4Ayg>>. Acesso em: 08/10/2013

VIEIRA, L. **Sustentabilidade no mundo**. Disponível em:<

<http://anauger.wordpress.com/2012/06/08/sustentabilidade-no-mundo/> >. Acesso em: 07 Fev/2014.

WIKIPÉDIA. **Gestão ambiental**. Disponível em: <
http://pt.wikipedia.org/wiki/Gest%C3%A3o_ambiental>. Acesso em: 08/10/2013

WIKIPÉDIA. **Gestão ambiental**. Disponível em: <
http://pt.wikipedia.org/wiki/Gest%C3%A3o_ambiental >. Acesso em: 07 Fev/ 2014.