



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA
CAMPUS MINISTRO REIS VELLOSO
COORDENAÇÃO DO CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

MARIA SILVANA AZEVEDO RABELO

**SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES: percepção de práticas sustentáveis
sob a ótica de colaboradores do Armazém Paraíba, Parnaíba – PI**

**PARNAÍBA-PI
2024**

MARIA SILVANA AZEVEDO RABELO

SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES: percepção de práticas sustentáveis sob a
ótica de colaboradores do Armazém Paraíba, Parnaíba – PI

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Ciências
Econômicas, Campus Ministro Reis Velloso,
Universidade Federal do Delta do Parnaíba
como requisito parcial para obtenção do título
de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Prof.^a Me. Vera Lucia dos Santos
Costa

PARNAÍBA-PI
2024

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Delta do Parnaíba

R114s Rabelo, Maria Silvana Azevedo

Sustentabilidade nas organizações: percepção de práticas sustentáveis sob a ótica de colaboradores do Armazém Paraíba, Parnaíba – Piauí. [recurso eletrônico] / Maria Silvana Azevedo Rabelo. – 2024.

43f.

TCC (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Delta do Parnaíba, 2024.

Orientação: Prof.^a Me. Vera Lúcia dos Santos Costa.

1. Desenvolvimento Sustentável. 2. Sustentabilidade Organizacional. 3. Práticas Sustentáveis. 4. Responsabilidade Social. I. Título.

CDD: 333.7

MARIA SILVANA AZEVEDO RABELO

SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES: percepção de práticas sustentáveis sob a
ótica de colaboradores do Armazém Paraíba, Parnaíba – PI

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Ciências
Econômicas, Campus Ministro Reis Velloso,
Universidade Federal do Delta do Parnaíba
como requisito parcial para obtenção do título
de Bacharel em Ciências Econômicas.

Aprovado em: 15 / 02 / 2024

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Me. Vera Lúcia dos Santos Costa
Presidente da banca

Prof^a. Dra. Maria de Fátima Vieira Crespo
Examinador

Prof. Dr. José Natanael Fontenele de Carvalho
Examinador

A Deus.

A minha família.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me dar força para enfrentar os desafios que surgiram durante toda a graduação. Também agradeço a minha família pelo apoio e encorajamento de sempre, além de todo o suporte quando precisei.

Agradeço a professora Vera Lúcia por sua orientação e pelo auxílio para que eu conseguisse entregar este trabalho em tempo hábil. Agradeço pelas recomendações. Seu conhecimento e experiência certamente foram fundamentais durante todo o processo de construção desse trabalho.

Agradeço também, às amigas que fiz durante o período de graduação e todas as conversas e discussões que com certeza, me ajudaram a obter mais conhecimento. Agradeço ainda, a todos os professores pelas contribuições ao longo do curso e pelo aprendizado possibilitado a partir de suas aulas.

“Semear ideias ecológicas e plantar sustentabilidade é ter a garantia de colhermos um futuro fértil e consciente”

RESUMO

Diante do crescimento econômico dos países e da globalização, um novo paradigma tornou-se evidente, exigindo a adoção de novas atitudes voltadas a questões ambientais e sociais, de modo que as gerações futuras não sejam prejudicadas pelas ações das atuais. No âmbito organizacional, a sustentabilidade se tornou um diferencial competitivo, buscando conciliar resultados financeiros e desenvolvimento da sociedade. O trabalho pretende responder o seguinte questionamento: Quais as práticas de sustentabilidade adotadas pela loja de departamento Armazém Paraíba localizada na cidade de Paraíba-PI? O objetivo geral consiste em analisar as ações de sustentabilidade da empresa sob as percepções dos funcionários. Os objetivos específicos são: i) descrever o perfil dos funcionários da loja que responderam ao questionário; ii) apresentar a percepção dos funcionários em relação ao que consideram ações sustentáveis praticadas pela empresa; iii) identificar as iniciativas, assim como, alternativas sustentáveis para a organização percebidos pelos colaboradores. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa para o problema em questão. Quanto aos objetivos, assume uma natureza descritiva e exploratória, enquanto os procedimentos técnicos se caracterizam pelo levantamento bibliográfico e análise de estudo de caso que se baseia por meio de uma análise descritiva e um questionário semiaberto aplicado junto a cinco chefes de departamento. A análise dos resultados evidenciou que a empresa apresenta uma diversidade de percepções internas sobre a abordagem ambiental, priorizando a utilização consciente dos recursos, sejam eles papel, energia, água. Para os colaboradores líderes, a empresa não apenas se preocupa em passar uma visão de responsabilidade ambiental para a sociedade, mas busca efetivamente integrar essas preocupações em sua cultura organizacional. Os *insights* verificados são essenciais para orientar ações futuras e fortalecer o compromisso da empresa com a sustentabilidade, garantindo não apenas o compromisso com o meio ambiente, mas também o bem-estar e a satisfação de seus colaboradores.

Palavras-chave: Desenvolvimento Sustentável. Sustentabilidade Organizacional.
Práticas Sustentáveis. Responsabilidade Social.

ABSTRACT

Faced with the economic growth of countries and globalization, a new paradigm has become evident, requiring the adoption of new attitudes towards environmental and social issues, so that future generations are not harmed by the actions of current ones. At the organizational level, sustainability has become a competitive differentiator, seeking to reconcile financial results and the development of society. The work aims to answer the following question: What are the sustainability practices adopted by the Armazém Paraíba department store located in the city of Paraíba-PI? The general objective is to analyze the company's sustainability actions from the perspective of employees. The specific objectives are: i) describe the profile of the store employees who responded to the questionnaire; ii) present the perception of employees in relation to what they consider to be sustainable actions carried out by the company; iii) identify initiatives, as well as sustainable alternatives for the organization perceived by employees. The research adopts a qualitative approach to the problem in question. As for the objectives, it assumes a descriptive and exploratory nature, while the technical procedures are characterized by a bibliographical survey and case study analysis that is based on a descriptive analysis and a semi-open questionnaire applied to five department heads. The analysis of the results showed that the company presents a diversity of internal perceptions about the environmental approach, prioritizing the conscious use of resources, be they paper, energy, water. For leading employees, the company is not only concerned with conveying a vision of environmental responsibility to society, but also seeks to effectively integrate these concerns into its organizational culture. Verified insights are essential to guide future actions and strengthen the company's commitment to sustainability, ensuring not only its commitment to the environment, but also the well-being and satisfaction of its employees.

Keywords: Sustainable development. Organizational Sustainability. Sustainable Practices. Social Responsibility.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Pilares do Desenvolvimento Sustentável.....	16
Quadro 1 – Perfil dos entrevistados da loja Armazém Paraíba.....	28
Quadro 2 – Preocupação e cuidado referente ao uso de recursos naturais.....	32

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
2 REVISÃO DE LITERATURA	15
2.1 Desenvolvimento sustentável: definição e um breve histórico.....	15
2.2 Ecoeficiência.....	16
2.3 Responsabilidade Socioambiental Empresarial.....	20
2.4 Caracterização do setor varejista: loja de departamento.....	21
3 METODOLOGIA	24
3.1 Descrição do método e técnicas.....	24
3.2 Caracterização do lócus da pesquisa.....	25
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	26
4.1 Promovendo a Sustentabilidade: As Iniciativas do Armazém Paraíba.....	26
4.2 Perfil dos colaboradores líderes da loja que responderam o questionário.....	28
4.3 Percepção de práticas sustentáveis sob a ótica dos colaboradores líderes.....	29
5 CONCLUSÃO	35
REFERÊNCIAS	37
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO	41

INTRODUÇÃO

A maior parte dos problemas ambientais, a exemplo das mudanças climáticas e degradação dos recursos hídricos, se deve às ações de múltiplos atores, por isso a solução desses problemas é de natureza coletiva (GUTIERRES, 2013). Nesse cenário, é importante se ter uma estrutura de governança adequada, visto que leva em consideração os interesses dos diferentes *stakeholders*, de modo a proporcionar o alcance da solução ambiental de forma eficiente, equitativa e legitimada por algum processo compatível com os valores sociopolíticos numa sociedade.

A busca por práticas sustentáveis tornou-se uma preocupação premente em diversos setores da sociedade contemporânea, e as organizações não estão imunes a essa demanda. Em um contexto empresarial, a implementação de ações sustentáveis não apenas contribui para a preservação ambiental, mas também reflete positivamente na imagem da empresa e, conseqüentemente, na satisfação e engajamento dos colaboradores.

Para as organizações a eficiência é uma das saídas para a concorrência empresarial. No entanto, a sabedoria convencional dos negócios ainda liga a concorrência à busca pela eficácia, ou seja, por resultados. Nesse cenário, são importantes as iniciativas que visem sobretudo uma gestão consciente de recursos com vistas a qualidade de vida.

Em uma era marcada por mudanças climáticas, escassez de recursos naturais e crescente conscientização ambiental, as empresas assumem um papel crucial na promoção de práticas sustentáveis. Contudo, a efetividade dessas iniciativas não está apenas vinculada aos resultados tangíveis, mas também à forma como são percebidas e internalizadas pelos colaboradores.

A escolha desse tema foi motivada pelo reconhecimento da importância da sustentabilidade como um vetor estratégico para a gestão empresarial, alinhando os interesses corporativos com as demandas da sociedade e do meio ambiente. Além disso, a pesquisa se justifica pelo fato de que a pesquisadora possui relação direta com a empresa estudada, visto que atua há 32 anos como colaboradora da loja de departamentos Armazém Paraíba localizada em Parnaíba – PI e conhece algumas das práticas executadas pela empresa.

O Armazém Paraíba, tem mais de sessenta anos em atividade, é uma das maiores lojas de departamento do Brasil. São mais de 350 filiais no Norte e Nordeste. Ao longo desse crescimento, veio a diversificação de suas atividades comerciais. Momento em que se constituiu o Grupo Claudino, um sólido grupo empresarial composto por várias empresas

consolidadas no mercado. Todas as unidades preocupam-se com aspectos como a oferta de produtos e serviços de qualidade, a capacitação de seus colaboradores, a responsabilidade socioambiental, o trabalho desenvolvido com ética e a procura constante por inovações.

Ademais, tendo em vista que o Grupo Claudino tem no Armazém Paraíba uma empresa conceituada no ramo varejista, e que ao longo dos anos tem se expandido em diferentes territórios, considera-se que deve haver uma preocupação com a sustentabilidade nos âmbitos social, ambiental, econômico e organizacional. Algumas medidas ou ações devem ser tomadas pelos colaboradores da empresa para que haja uma conscientização acerca da utilização dos recursos.

É nesse contexto de apresentação de soluções para os problemas ambientais que se propõe neste trabalho responder o seguinte questionamento: Quais as práticas de sustentabilidade adotadas pela loja de departamento Armazém Paraíba localizada na cidade de Parnaíba-PI? O objetivo geral consiste em analisar as práticas de sustentabilidade da empresa sob as percepções dos colaboradores. Os objetivos específicos são: i) descrever o perfil dos colaboradores da loja que responderam ao questionário; ii) examinar a percepção dos colaboradores líderes em relação ao que consideram ações sustentáveis praticadas pela empresa; iii) identificar as iniciativas, assim como, alternativas sustentáveis para a organização percebidos pelos colaboradores.

O procedimento metodológico utilizado foi o estudo de caso, realizado por meio da aplicação de questionário junto colaboradores líderes de setores da unidade da loja localizada no município de Parnaíba – PI. Ademais, a pesquisa se configura como pesquisa exploratória, uma vez que buscou informações acerca da temática abordada apresentando aspectos relevantes sobre o contexto estudado.

Ao abordar a sustentabilidade na organização sob a ótica dos colaboradores, este estudo contribuirá para a construção de conhecimento na área, proporcionando informações relevantes para gestores, pesquisadores e demais interessados em promover ambientes de trabalho mais conscientes e alinhados com os valores sustentáveis.

A pesquisa encontra-se estruturada da seguinte forma: a seção um que corresponde a essa introdução, seção dois que apresenta a revisão de literatura, descrevendo as definições de desenvolvimento sustentável, aspectos sobre a responsabilidade socioambiental empresarial, ecoeficiência nas organizações e uma caracterização sobre lojas de departamento; seção três em que são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa; seção quatro que apresenta os resultados e discussão do estudo; na seção cinco, são descritas as conclusões e por fim, apresentam as referências consultadas.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Nessa seção é abordada a definição e um breve histórico sobre o termo desenvolvimento sustentável, aspectos da responsabilidade socioambiental em empresas, assim como, o tema da ecoeficiência e sua importância para as organizações.

2.1 Desenvolvimento sustentável: definição e um breve histórico

A discussão sobre o termo desenvolvimento sustentável resultou da evolução dos debates no contexto internacional ao longo dos anos, assim como, da busca pelo gerenciamento dos processos de desenvolvimento de forma sustentável. Publicado no ano de 1962, o livro “Primavera Silenciosa” de Rachel Carson iniciou uma reflexão acerca das ações do homem na sociedade e sua influência direta na degradação ambiental (COSTA, 2019).

O ano de 1972 foi fundamental para a inserção da questão ambiental em debate. A Conferência de Estocolmo teve como objetivo alertar que a vasta degradação de recursos naturais, causada pela ação humana, levaria a sérias consequências para o bem-estar social. Desse modo, alertou os indivíduos para a finitude dos recursos naturais e para a gradativa depreciação do meio ambiente, fatores que podiam comprometer o processo de desenvolvimento dos diferentes países.

No ano de 1987 foi publicado o Relatório Brundtland, da Organização das Nações Unidas, no qual consta a definição de desenvolvimento sustentável:

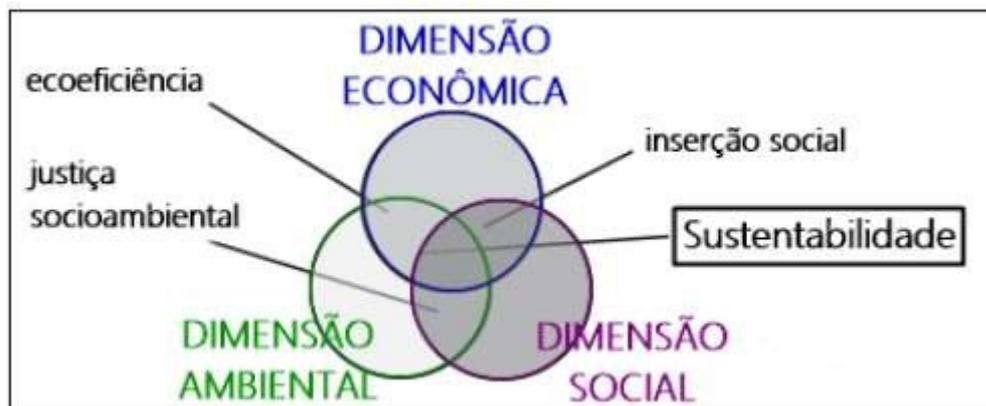
O desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender às suas próprias necessidades. Ele contém dois conceitos principais:
O conceito de 'necessidades', em particular as necessidades essenciais das pessoas pobres do mundo, às quais deve ser dada prioridade; e
A ideia de limitações impostas pelo estado da tecnologia e da organização social sobre a capacidade do ambiente de atender às necessidades presentes e futuras. (ONU, 1987, p. 41, tradução nossa).

Um outro marco para a discussão acerca do desenvolvimento sustentável foi a ocorrência da Conferência Rio 92, esta que “teve como norte a efetiva incorporação do conceito de desenvolvimento econômico racional nos países desenvolvidos e em desenvolvimento, preservando o meio ambiente por meio do uso eficiente de recursos” (COSTA, 2019, p. 7).

Para Pellenz e Bastiani (2014) o desenvolvimento sustentável expressa uma complexa equação da organização da vida e que os desafios são enormes quanto a harmonizar princípios da ação econômica, da diversidade cultural e das formações políticas com a natureza. Por sua vez, Romeiro (2012, p. 65) discorre que “para ser sustentável, o desenvolvimento deve ser economicamente sustentado (ou eficiente), socialmente desejável (ou incluyente) e ecologicamente prudente (ou equilibrado)”.

De acordo com Torresi *et al.* (2010), é importante ressaltar que o desenvolvimento sustentável não se restringe apenas a uma ação, a exemplo de buscar a redução de gases que causam o efeito estufa. Sua definição abriga um conjunto de paradigmas para o uso de recursos que atendem às necessidades humanas. A Figura 1 apresenta os pilares do Desenvolvimento Sustentável.

Figura 1 – Pilares do Desenvolvimento Sustentável



Fonte: COSTA, 2019.

Desse modo, a sustentabilidade é fruto das inter-relações entre as três dimensões: econômica, social e ambiental. A partir do momento em que a gestão empresarial trabalha estas dimensões de maneira harmoniosa, é possível viabilizar o desenvolvimento sustentável. Desse modo, ser sustentável diz respeito a operar um negócio tendo ciência de necessidades e interesses entre as partes, reforçando as relações e promovendo benefícios para ambos os lados. Tão importante quanto as relações sociais e o crescimento econômico são os temas relacionados à preservação ambiental (ELKINGTON, 1994; COSTA, 2019).

Ademais, conforme salienta Dias (2011), o conceito de sustentabilidade corporativa diz respeito não só ao estímulo ao crescimento das receitas e rentabilidade da empresa, mas também, à contribuição que esta pode fornecer para o desenvolvimento da sociedade e preservação dos recursos do planeta.

2.2 Ecoeficiência

O termo ecoeficiência foi desenvolvido a partir do conceito de responsabilidade ambiental, com vistas a causar o menor impacto possível ao meio ambiente. Tal expressão corrobora com o conceito de desenvolvimento sustentável, este que consiste em atender as necessidades do presente sem comprometer as futuras gerações de atenderem suas próprias necessidades.

Como mencionam Alves, Martins e Medeiros (2009, p. 2), “a ecoeficiência surge como um meio para o alcance do desenvolvimento sustentável, principalmente no que se refere à prudência ecológica e eficiência econômica”. No ano de 1992, a WBCSD – World Business Council for Sustainable Development definiu que a ecoeficiência pode ser alcançada por meio do fornecimento de bens e serviços que satisfaçam as necessidades humanas e tragam qualidade de vida, a preços competitivos. Desse modo, são fomentados comportamentos que podem trazer melhorias ao desempenho ambiental e também diminuir custos por meio da diminuição de diversos insumos utilizados nos processos produtivos (WBCSD, 2009).

Como ressalta Savitz e Weber (2007, p. 2), “empresa sustentável é aquela que gera lucro para os acionistas, ao mesmo tempo em que protege o meio ambiente e melhora a vida das pessoas com que mantém interações”. Nesse contexto, a produção ecoeficiente é uma tendência ambiciosa e uma fonte de inovação, assim como, uma significativa ferramenta de competitividade por conta da redução de custos, crescimento dos lucros, fomento da produtividade e melhoria na qualidade da empresa (ALVES *et al.*, 2009).

De acordo com Barbieri (2007), uma empresa torna-se ecoeficiente por meio de sete práticas, a saber: redução da intensidade de materiais nos produtos e serviços; redução na intensidade de energia nos produtos e serviços; redução da dispersão de qualquer material tóxico pela empresa; aumento da reciclabilidade dos recursos renováveis; otimização do uso de materiais renováveis; aumento da durabilidade dos produtos da empresa; aumento da intensidade dos serviços.

Desse modo, a ecoeficiência não se limita apenas a mudanças incrementais no uso de recursos, mas se constitui como uma ferramenta fundamental para as estratégias das organizações. Ela pode ser considerada uma forma de responsabilidade ambiental corporativa, uma vez que encoraja empresas dos mais variados setores, portes e localização geográfica a se tornarem mais competitivas, inovadoras e ambientalmente responsáveis.

O cenário contemporâneo do mercado global, apresenta desafios cada vez mais rigorosos. Isso é evidenciado, por exemplo, pelas exigências relacionadas à escolha do local para estabelecimento das empresas e à natureza do impacto que exercerão no ambiente circundante. Tais requisitos podem abranger considerações nos domínios social, ambiental e econômico.

Paralelamente, os consumidores adotam uma postura mais crítica ao realizar a aquisição de produtos ou serviços de uma empresa. Esses consumidores optam por examinar minuciosamente toda a cadeia produtiva, com o intuito de verificar se a empresa em questão está engajada em ações que promovam o bem-estar social e ambiental. Essas informações são comunicadas por meio de auditorias autorizadas, que emitem certificações e, posteriormente, conferem rótulos às empresas (SILVA; GASPAROTTO, 2017).

Portilho (2010) afirma que o consumidor consciente é ciente de seus atos e consequências que são provenientes de suas ações na hora de escolher um produto ou serviço, ou seja, ele é capaz de identificar os impactos causados pela sua opção de compra no meio ambiente e na sociedade. Essa visão passou a ser acolhida no Brasil em decorrência de campanhas desenvolvidas pelo mesmo instituto, este ainda afirma que é uma tendência o tipo de consumidor que se importa com causas da sustentabilidade.

Mediante estas questões, uma ferramenta tem demonstrado destaque para auxiliar empresas a aderirem aos pontos exigidos sendo denominada como ecoeficiência, esta gestão tem o potencial de alavancar o status da empresa para a população externa e garante também uma base essencial para aderir posteriormente a um sistema de gestão ambiental (SGA) e adotar uma política ambiental, instrumentos importantes para uma futura certificação ISO 14001 (SILVA; GASPAROTTO, 2017).

Em um trabalho de Jabbour (2010) com 94 empresas localizadas no Brasil que possuem certificação ISO 14001, mostrou-se que a evolução da gestão ambiental corporativa tende a ocorrer em dois estágios evolucionários: (I) a sinergia para a ecoeficiência e (II) a visão da legislação ambiental. O trabalho sugere ainda que a evolução da gestão ambiental nas organizações tende a ocorrer em formato não linear.

A concepção de que a prevenção da poluição e a redução de desperdícios têm vantagens financeiras já era reconhecida antes mesmo da introdução do termo "Ecoeficiência". Este termo foi cunhado pela primeira vez em 1990 por pesquisadores na cidade de Basileia, na Suíça. No Brasil, o conceito começou a ser apresentado em 1996 por meio do World Business Council of Sustainable Development (WBCSD), conhecido no Brasil como Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável

(CEBDS) (MOREIRA; SISINNO, 2005). Esse conceito, proposto pelo CEBDS “visa criar mais valor econômico com menos impacto ambiental e oportunidades de novos negócios através da razão entre o valor, ou o custo de produção, ou do serviço, pelo seu impacto ambiental correspondente” (COSTA; SILVA; MATTOS, 2011, p. 10).

A ecoeficiência é uma ferramenta que pode auxiliar as empresas a alavancarem seu status junto à população externa e ainda garante uma base essencial para adesão da empresa a um sistema de gestão ambiental, ou seja, direciona investimentos e desenvolve tecnologias para gerar valor aos acionistas, minimizando o consumo de recursos, e reduzindo o desperdício e a poluição, gerando benefício econômico e financeiro (RIBEIRO; VELLANI, 2007).

De acordo com Moreira e Sisino (2005), desperdícios, tais como gastos excessivos com água, energia e materiais, podem ser ocasionados por fatores como problemas operacionais, má qualidade de materiais e falta de treinamento adequado das equipes de trabalho em organizações. Essa situação é incompatível com os princípios da Ecoeficiência, os quais uma empresa que busca a sustentabilidade ambiental deve seguir. Portanto, é importante realizar monitoramentos constantes para identificar possíveis problemas, visto que estes podem estar ocorrendo de forma oculta, sem uma percepção imediata.

Sobre o fator humano, Moreira e Sisino (2005, p. 6) escrevem:

A capacitação dos profissionais é de extrema importância dentro da concepção da ecoeficiência, uma vez que um dos instrumentos fundamentais para a redução dos desperdícios consiste no treinamento e na conscientização dos técnicos quanto à influência de seus procedimentos para a diminuição da geração de efluentes e resíduos sólidos.

A implantação do conceito de não-geração e redução da geração de resíduos na sua origem, é um poderoso aliado no processo rumo à Ecoeficiência nas empresas, pois ocasiona uma facilidade na identificação das perdas e desperdícios, aumento da competitividade de mercado, redução de custos, demandas legais, conscientização da população e preservação ambiental (MOREIRA; SISINNO, 2005).

Desse modo, a ecoeficiência se revela como uma parceira essencial para alcançar um desempenho aprimorado e ampliar a vantagem competitiva. Ao empregar ações preventivas e implementar monitoramento contínuo, as empresas conseguem mitigar desperdícios, cortar gastos desnecessários, minimizar impactos negativos, reduzir custos e despesas operacionais, resultando na maximização dos lucros e na obtenção de resultados positivos para as organizações (ALVES; MARTINS; MEDEIROS, 2009).

Portanto, várias são as vantagens que a Ecoeficiência proporciona. Tais como: minimização dos danos ambientais, o que reduz os riscos e as responsabilidades derivadas; melhoria da eficiência e competitividade, o que favorece a inovação; melhoria da imagem e do relacionamento com os órgãos ambientais e com a sociedade, entre outros (MOREIRA; SISINNO, 2005).

2.3 Responsabilidade Socioambiental Empresarial

Sob a ótica organizacional, uma empresa sustentável é aquela propõe o gerenciamento de seus processos como um fluxo de benefício para todas as partes impactadas pelo negócio. A preocupação dos gestores em informar funcionários, mercado consumidor, concorrentes, Organizações Não-Governamentais (ONGs) e organizações governamentais acerca da sustentabilidade e está cada vez mais presente nas organizações. O objetivo é vincular as práticas gerenciais a uma prática sustentável que favoreça a imagem da empresa, fazendo com que ela se posicione de maneira positiva frente aos *stakeholders* (FRANKLIN *et al.*, 2018; CLARO; CLARO; AMANCIO, 2008).

Uma gestão que considera a preservação ambiental organiza as atividades humanas de modo a provocarem o menor impacto possível sobre o meio, processo que acontece desde a escolha das melhores técnicas até o cumprimento da legislação e a alocação correta de recursos humanos e financeiros. Um conceito importante que envolve a conduta ética das empresas além das responsabilidades legais atribuídas a estas para com *stakeholders* e sociedade é o de empresa socialmente responsável:

Uma empresa socialmente responsável é aquela que respeita seus compromissos com seus empregados, acionistas e parceiros que exercem uma gestão ética, transparente e responsável de seus negócios. Uma empresa socialmente responsável também é aquela que cumpre suas obrigações para com o governo e que atua como agente de desenvolvimento sustentável, de fomento da cidadania e promotora da qualidade de vida e do desenvolvimento individual e coletivo das diversas comunidades com as quais manterá vínculos e com a sociedade como um todo. (MELO NETO; BRENNAND, 2004, p.8).

Para Tinoco (2010) a responsabilidade social de uma organização tem relação direta com a governança corporativa e gestão empresarial, uma vez que também são administradas questões sociais e ambientais consideradas relevantes para a sobrevivência dos negócios. Desse modo, a responsabilidade social converge com estratégias de sustentabilidade de longo prazo.

Os autores Lueneburguer e Goleman (2010) ao abordarem a responsabilidade socioambiental discorrem que:

Muitos executivos compreendem que esta dinâmica vai alterar radicalmente os seus negócios, e eles entendem que a sustentabilidade é em última instância, a própria sobrevivência de suas organizações. Mas muitas vezes eles tropeçam na forma de fazer a transição por causa de equívocos básicos sobre o que é necessário para transformar suas empresas. Muitos cometem o erro de tratar a sustentabilidade como qualquer outra grande iniciativa empresarial. Ela é diferente em outros aspectos cruciais. Ou, então, reconhecem que ela irá exigir um grande esforço ao longo dos anos (LUENEBURGUER; GOLEMAN, 2010, p. 40-41).

Esses equívocos básicos dizem respeito ao fato de que muitas empresas têm receio da mudança e da possibilidade de alguma instabilidade financeira.

Para Seiffert (2005) a definição de sustentável possui dois significados, sendo que o primeiro estático e o segundo é dinâmico e positivo. Já o termo desenvolvimento significa estágio econômico, social e político de determinada comunidade, caracterizado por altos índices de rendimento dos fatores de produção, ou seja, pelos recursos naturais, o capital e o trabalho. De acordo com o autor, os termos responsabilidade socioambiental e sustentabilidade seguem a mesma linha de entendimento, visto que os dois conceitos englobam os aspectos social, econômico e ambiental.

Conforme discorrem Ferreira e Guerra (2012), com a implementação da sustentabilidade o consumidor espera das empresas que, além de cumprir o seu papel no âmbito econômico, elas sejam agentes sociais e ambientais, de forma que contribuam ativamente para o desenvolvimento sustentável da sociedade.

2.4 Caracterização do setor varejista: loja de departamento

As lojas de departamento são especializadas em vender produtos duráveis ou semiduráveis. São comumente encontradas nos grandes centros comerciais e nos shoppings center. Na maioria dos casos, as lojas de departamento vendem produtos segmentados, como vestuário, calçado ou produtos de beleza (SEBRAE, 2022).

As vastas lojas que oferecem uma extensa gama de produtos, conhecidas como magazines ou lojas de departamentos, desempenharam um papel crucial na transformação significativa da experiência de compra. Elas introduziram elementos inovadores e conceitos inéditos, como a implementação de preços fixos, que eliminaram a prática da barganha, e a disposição de produtos em prateleiras acessíveis a todos que adentravam o espaço, seja para

realizar compras ou simplesmente apreciar (SANTOS, 2020).

No Brasil, a origem dos magazines se deu por meio de investimentos estrangeiros, com a criação de filiais de grupos internacionais. Devido a essa influência, além do modelo de loja, as estratégias de localização também foram replicadas. Isso implica que, inicialmente, os magazines no Brasil foram estabelecidos no centro das cidades, pois esse era o destino frequente para consumidores de diversos níveis socioeconômicos. Esse local não apenas representava um ponto central de consumo, mas também era o mais acessível e bem-equipado em termos de infraestrutura (SANTOS, 2020).

De acordo com os dados do SEBRAE (2022), dentre as vantagens mais significativas de uma loja de departamentos se destacam a ampla diversidade de produtos disponíveis para os clientes, a conveniência no procedimento de aquisição e a oportunidade de obter condições de pagamento mais favoráveis, geralmente associadas ao volume de compras mais elevado. Por outro lado, as desvantagens incluem a complexidade em estabelecer um posicionamento claro, o formato que, muitas vezes, está em declínio e demanda considerável esforço por parte do empreendedor, e o desafio do gerenciamento de um alto volume de estoque, o qual pode encarecer as operações.

Segundo os dados comparativos sobre os mercados de varejo nos Estados Unidos e no Brasil divulgados pelo SEBRAE (2023), durante a NRF Retail's Big Show 2023, realizada em Nova Iorque, o setor de bens duráveis manteve-se praticamente estagnado ao longo desse intervalo de tempo, experimentando uma leve recuperação após a pandemia de Covid-19, atingindo uma base de 129. Por outro lado, as lojas de departamento apresentaram o pior desempenho entre todos os setores, com uma significativa queda de 41% durante o mesmo período. Destaca-se também o crescimento notável do setor de clubes de atacado, semelhante aos atacarejos brasileiros, que evoluiu de 100 para 427.

Após o ano de 2021, ainda sob os efeitos da pandemia, as 300 principais empresas do setor varejista no Brasil alcançaram um feito histórico em 2022: registraram um faturamento de R\$ 1,046 trilhão, apresentando um crescimento nominal de 19,9% em relação ao ano anterior. Esse desempenho superou a média do varejo como um todo, que teve um avanço nominal de 14,1% (ROVAROTO, 2023).

Essas informações são provenientes do ranking das 300 maiores empresas do varejo de produtos, elaborado pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC). De acordo com Eduardo Terra, presidente da SBVC, 96% das empresas varejistas experimentaram um crescimento nas vendas no ano passado, com 89% delas alcançando um resultado positivo no balanço (ROVAROTO, 2023).

Por outro lado, as análises do IBGE (2023) apontam, que o agrupamento de outros artigos de uso pessoal e doméstico, que inclui lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos, entre outros, registrou uma queda de 8,4% nas vendas em comparação com outubro de 2022. Esse declínio representa um período consecutivo de 18 meses de resultados negativos. O setor está enfrentando desafios devido à crise contábil em grandes empresas do ramo, impactando tanto os resultados de receita quanto a diminuição do número de lojas físicas no país. Até outubro de 2023, o acumulado de perdas atingiu 11,3%, e nos últimos 12 meses, o resultado também foi negativo, com uma queda de 10,9%.

De acordo com dados do IBGE (2023), o setor varejista apresentou um crescimento constante até meados de 2021, impulsionado pela retomada da confiança do consumidor, expansão da classe média e avanços tecnológicos. As lojas de departamento, conhecidas por oferecerem uma variedade de produtos sob um mesmo teto, destacaram-se como destinos populares para compras, proporcionando conveniência aos consumidores.

No entanto, o período também revelou desafios significativos, especialmente no contexto da pandemia de COVID-19. O distanciamento social, restrições de mobilidade e incertezas econômicas impactaram diretamente o varejo, exigindo adaptações rápidas e inovações para garantir a continuidade dos negócios.

Portanto, a análise do IBGE (2023) revelou mudanças nas preferências e comportamentos do consumidor nos anos seguinte à pandemia. Com a ascensão do comércio eletrônico, as lojas de departamento foram desafiadas a aprimorar suas estratégias de marketing e comunicação, integrando experiências online e offline. A busca por sustentabilidade e produtos de origem local também ganhou destaque, influenciando as decisões de compra.

Apesar desse contexto, o setor varejista brasileiro manteve seu crescimento, embora em um ritmo menos acelerado comparado aos anos anteriores. Um dos elementos que destaca a importância do varejo no Brasil é a quantidade significativa de empregos gerados por esse segmento. Em 11 dos 12 meses de 2022, o varejo apresentou saldo positivo na contratação, indicando a expansão das operações e a resiliência empreendedora das empresas. Ao empregar 9,93 milhões de profissionais, correspondendo a 23,26% dos trabalhadores com carteira assinada no país, o setor desempenha um papel crucial no impulsionamento da economia nacional (SBVC, 2023).

A personalização e a experiência do cliente tornaram-se diferenças cruciais, com consumidores buscando não apenas produtos, mas narrativas e valores alinhados com suas

próprias visões de mundo. Logo, à medida que avançamos para o futuro, é crucial que o setor varejista de lojas de departamento continue a se adaptar às mudanças do mercado. A integração de tecnologias emergentes, o foco na sustentabilidade e a compreensão aprofundada do perfil do consumidor serão determinantes para o sucesso.

Nesse sentido, a sustentabilidade empresarial busca conciliar o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental, promovendo além disso, uma sociedade menos desigual. No setor varejista o que se verifica ao longo dos anos é que a responsabilidade social das evoluções e condicionantes da gestão ambiental se relacionam diretamente com a redução de risco financeiro para as empresas, na forma de redução de multas e ações judiciais (ARAÚJO; CARVALHO, 2011). A redução de custos e aumento da lucratividade também se relacionam com aspectos da sustentabilidade ao considerar as constantes evoluções do meio externo.

3 METODOLOGIA

A presente seção apresenta os procedimentos metodológicos utilizados para responder ao questionamento levantado pela pesquisa, assim como, a estratégia empírica adotada para atingir os objetivos propostos.

3.1 Descrição do método e técnicas

Do ponto de vista de sua natureza, o presente estudo se configura como pesquisa aplicada, baseada no estudo de caso em uma loja de departamento em de Parnaíba – PI, do Armazém Paraíba. O tipo de abordagem é qualitativo, dado que busca analisar, por meio das respostas do questionário a percepção dos colaboradores líderes acerca de práticas de sustentabilidade da empresa.

Nesse sentido, o estudo tem o ambiente como fonte direta dos dados sendo o pesquisador, o instrumento-chave. Ademais, na pesquisa qualitativa, a atribuição de significados e interpretação dos fenômenos são básicas, já que não se utilizam métodos e técnicas estatísticas (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A pesquisa assume, sob o ponto de vista de seus objetivos, caráter de pesquisa exploratória, visto que tem a finalidade de proporcionar mais informações sobre o assunto que será investigado, possibilitando sua definição e delineamento. Ela se caracteriza pelo

levantamento bibliográfico e análise de estudo de caso que se baseia por meio de uma análise descritiva e um questionário semiaberto.

Foi aplicado um questionário (Apêndice A) estruturado em cinco questões de múltipla escolha e seis questões semiabertas durante o mês de dezembro de 2023. Os respondentes do questionário foram cinco colaboradores líderes que fazem parte da loja Armazém Paraíba. A escolha pelos cinco representantes se deu porque a loja é dividida nessa quantidade de departamentos. Os questionários foram aplicados junto ao líder de cada departamento por considerar que estes tem condições de retratar a situação da empresa no tocante à questões sustentáveis.

Yin (2001) define o estudo de caso como uma estratégia de pesquisa que, junto à lógica de planejamento, incorpora abordagem específica à coleta e análise de dados.

Desse modo, o planejamento da pesquisa exploratória se dá de forma flexível, o que permite o estudo do tema sob diversos ângulos, seja por meio do levantamento bibliográfico, entrevistas ou da análise de exemplos que favoreçam a compreensão (GIL, 2006; PRODANOV; FREITAS, 2013).

Por sua vez, a opção pelo método descritivo é justificada pela intenção em relacionar características acerca da temática abordada junto aos colaboradores da empresa considerada. Para Gil (2006), o método descritivo permite relacionar as características de uma determinada população, no qual fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis, envolve o uso de técnicas padronizadas de coletas de dados.

3.2 Caracterização do lócus da pesquisa

A primeira loja do Armazém Paraíba surgiu no ano de 1958, na cidade de Bacabal - MA, e contava na sua linha de produtos com móveis e eletrodomésticos. O nome surgiu como uma homenagem à terra que, por muito tempo, abrigou a família Claudino e o título de "armazém" justificava-se pelo sortimento de produtos. O grupo Claudino se divide em três: Claudino S/A - Lojas de Departamentos, SOCIC – Sociedade Comercial Irmãs Claudino S/A e N. Claudino & Cia Ltda (VALDEVINO; PEREIRA, 2021).

Hoje, o Armazém Paraíba possui filiais nos estados do Maranhão, Ceará, Pernambuco, Bahia, Tocantins e Piauí. Neste ultimo, encontra-se localizado o Armazém Paraíba da cidade de Parnaíba. A loja de Parnaíba já possui mais de dez anos desde o início das atividades no município.

A loja do Armazém Paraíba localizada na cidade de Parnaíba - PI possui mais de 40 anos de atividade, se configurando como uma das grandes lojas varejistas existentes na cidade. Instituída em 01 de novembro de 1980, conseguiu se firmar no mercado da cidade e tem sido referência no tocante a lojas de departamento existentes na cidade.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo inicia-se com a apresentação e análise dos dados obtidos através da aplicação de um questionário conduzido para os chefes de setores da loja de departamento Armazém Paraíba, em Parnaíba, Piauí. O objetivo é atender às metas estabelecidas, começando pela exposição e avaliação do perfil dos participantes da pesquisa.

4.1 Promovendo a Sustentabilidade: As Iniciativas do Armazém Paraíba

No cenário empresarial atual, a sustentabilidade é mais do que um objetivo, é uma responsabilidade fundamental. O Armazém Paraíba, uma das empresas líderes no setor varejista no Piauí, tem demonstrado um compromisso com a sustentabilidade e a ecoeficiência em suas operações.

O grupo Claudino tem desenvolvido ao longo dos anos, atividades voltadas à sustentabilidade de recursos, assim como atuado em projetos voltados para este tipo de prática. No ano de 2016 foi lançado o Projeto Armazém Ecológico, o qual consiste na coleta de lixo eletrônico no município de João Pessoa, a fim de dar o destino correto e responsável a este tipo de material sem prejudicar o meio ambiente. Todo o material recolhido foi vendido para a empresa Ecobras e a verba arrecadada com a venda foi doada para a Casa da Criança com Câncer. Esta instituição não tem fins lucrativos e atende e hospeda cerca de 90 crianças e adolescentes residentes no interior do estado da Paraíba e vão a João Pessoa realizar tratamento.

No ano de 2016 foi realizada uma coleta de resíduos na praia, esta que não contribuiu apenas para a limpeza do local, mas também ressaltou a importância da preservação dos ecossistemas costeiros. Além disso, a distribuição de brindes incentivou a participação da comunidade e promoveu a conscientização sobre a redução do consumo de plástico e o descarte adequado de resíduos (AMAZÉM PARAÍBA, 2016).

Essa iniciativa é parte de um conjunto de programas e projetos voltados para a responsabilidade ambiental e a ecoeficiência. Entre os programas destacados pela empresa estão campanhas de reciclagem, incentivo ao uso de energias renováveis e ações de reflorestamento.

A iniciativa do Projeto Armazém Ecológico, lançada em novembro de 2017 passado pelo Armazém Paraíba, reflete o compromisso da empresa com a sustentabilidade e a responsabilidade ambiental. Ao criar o coletor de lixo eletrônico em sua filial na Lagoa, em João Pessoa, a empresa declarou sua preocupação em dar o destino adequado a esse tipo de material, evitando danos ao meio ambiente (AMAZÉM PARAÍBA, 2017).

Desde o lançamento do projeto, o coletor atraiu a atenção tanto de clientes quanto de colaboradores, resultando na arrecadação impressionante de 4,5 toneladas de lixo eletrônico até o final de março. Essa conquista não apenas contribui para a preservação do meio ambiente, mas também evidencia o engajamento da comunidade local em práticas sustentáveis (AMAZÉM PARAÍBA, 2017).

O impacto positivo não para por aí. Todo o material coletado foi vendido para a Ecobras, proporcionando uma fonte de receita significativa. O valor obtido com essa venda foi destinado à Casa da Criança com Câncer, em uma demonstração clara do compromisso social e ambiental do Armazém Paraíba (AMAZÉM PARAÍBA, 2017).

A Casa da Criança com Câncer é uma instituição sem fins lucrativos que desempenha um papel fundamental no apoio a crianças e adolescentes portadores de câncer. Com cerca de 90 residentes do interior do estado, a instituição oferece não apenas cuidados médicos, mas também uma série de serviços essenciais, incluindo transporte, alimentação, acompanhamento hospitalar e até mesmo cursos profissionalizantes para as mães acompanhantes (AMAZÉM PARAÍBA, 2017).

Uma das iniciativas mais significativas da empresa é o apoio ao plantio de árvores e à preservação do verde em João Pessoa. Em parceria com os órgãos municipais e outros parceiros, a organização contribui para manter a cidade como uma das mais verdes do mundo. Através do programa de plantio de mudas, não apenas garantem sombra e uma temperatura mais amena, mas também embelezam a paisagem urbana, promovendo uma melhor qualidade de vida para a população (AMAZÉM PARAÍBA, 2015).

Além disso, se comprometem em proteger as árvores que plantam. Por isso, firmam parceria com uma empresa fabricante de grades, que são utilizadas ao redor das árvores para observá-las. Essa medida não só ajuda na preservação das árvores, mas também reforça o compromisso do Armazém Paraíba com o meio ambiente (AMAZÉM PARAÍBA, 2015).

Contudo, vale destacar que três empresas do estado do PiauÍ, pertencentes ao Grupo Claudino, receberam reconhecimento destacado na edição 2012/2013 do anuário Análise Gestão Ambiental. As empresas foram o Armazém Paraíba, a Guadalajara e a Construtora

Sucesso, que responderam a um questionário informando como faziam o uso de recursos naturais, com água, como reciclam seu lixo e que tipo de energia consomem. Este anuário destaca as boas práticas de gestão ambiental em mais de 800 corporações em todo o país, oferecendo um panorama inédito das ações ambientais impostas pelas principais empresas brasileiras (CIDADE VERDE.COM, 2013).

4.2 Perfil dos colaboradores líderes da loja que responderam o questionário

Para preservar a identidade dos colaboradores, eles foram denominados: Respondente 1 (R1), Respondente 2 (R2) e assim sucessivamente, de forma aleatória. O Quadro 1, a seguir, identifica o perfil dos colaboradores que responderam ao questionário da loja Armazém Paraíba, por meio do setor, faixa etária, tempo de serviço na empresa, gênero e escolaridade.

Quadro 1 – Perfil dos colaboradores líderes da loja Armazém Paraíba

Chefes de Setor (Questionário)	Setor	Faixa Etária	Gênero	Tempo de serviço na empresa	Escolaridade
R1	Crédito	Entre 40 e 50 anos	Masc.	33 anos	Superior Completo
R2	Depósito	Acima de 50 anos	Masc.	37 anos	Ensino Médio
R3	Loja Volante	Entre 40 e 50 anos	Masc.	21 anos	Superior Completo
R4	Administrativo	Entre 40 e 50 anos	Masc.	25 anos	Superior Completo
R5	Escritório	Acima de 50 anos	Fem.	35 anos	Superior Completo

Fonte: Autora, 2024.

A loja possui cinco setores, sendo que cada um gerido por um líder responsável. Apesar das mudanças culturais, no que diz respeito à faixa etária com maior número de gestores, testemunha-se que os mesmos possuem a idade entre 40 e 55 anos, exigindo, portanto, um nível de profissionais experientes, assim como uma escolaridade avançada, visto que quase todos possuem ensino superior. Constatou-se que a empresa ainda é bastante tradicional com relação a cultura de gestão.

Por outro lado, é crucial abordar a disparidade de gênero nos cargos de liderança da empresa, reconhecendo que, a presença majoritária de homens nessas posições não reflete uma superioridade inata, mas sim uma série de fatores complexos e multifacetados históricos, que perpetuam essa discrepância.

No cenário empresarial contemporâneo, a busca por sustentabilidade não se limita apenas às práticas ambientais, mas também abraça a necessidade premente de equidade de

gênero. Reconhecer e promover a diversidade de gênero não é apenas uma questão de justiça social, mas uma estratégia crucial para impulsionar o desenvolvimento sustentável das organizações (FERNANDES, 2022).

Ao adotar uma abordagem de gênero na sustentabilidade corporativa, as empresas não apenas cumprem seu papel social, mas também fortalecem sua posição competitiva. Estudos mostram consistentemente que organizações com maior diversidade de gênero tendem a superar aquelas que não valorizam essa diversidade. Mulheres em posições de liderança contribuem significativamente para o desempenho financeiro e a reputação das empresas (HORST; CUNHA, 2010).

4.3 Percepção de práticas sustentáveis sob a ótica dos colaboradores líderes

A empresa Armazém Paraíba executa atividades voltadas à sustentabilidade, a exemplo da coleta de resíduos, o Projeto Armazém Ecológico, dentre outros projetos sustentáveis. A seguir, são apresentados e analisados, por item de questionamento, as respostas dos participantes da pesquisa, visando identificar suas percepções sobre sustentabilidade organizacional.

No referente aos questionamentos iniciais, que buscaram obter informações acerca da prática de ações sustentáveis pela empresa e respeito aos recursos ambientais, os respondentes ao questionário colocaram, de forma unânime, que a referida empresa considera sim essas questões na execução de suas atividades. Além disso, foi informado que a empresa faz coleta seletiva.

No tocante às ações dos próprios colaboradores com respeito a questões ambientais, por uma consciência ambiental, estes disseram que para promover ações ecoeficientes dentro da empresa, estes buscam tanto diminuir o uso como estimular a diminuição do consumo de energia elétrica sempre que possível, água e materiais de escritório, a exemplo do uso de muito papel. Dessa forma, destaca-se a importância crescente das práticas sustentáveis nas organizações modernas.

Ao abordar representantes de setores distintos, desde depósito até serviços financeiros, ficou evidente que a conscientização ambiental está ganhando espaço na agenda corporativa. O consenso entre os entrevistados sugere não apenas uma mudança de mentalidade, mas a implementação de ações tangíveis que buscam preservar o meio ambiente enquanto contribuem para o sucesso empresarial.

O êxito de uma empresa não se resume mais à sua eficiência produtiva, participação de mercado, qualidade, inovação ou preço. As considerações ambientais e sociais desempenham um papel crucial na decisão do consumidor. Diante dessa pressão, as organizações têm adotado uma consciência sustentável, embarcando em um processo de transformação de comportamento e implementando práticas mais responsáveis. Muitas delas já foram reconhecidas com prêmios, certificações e selos sustentáveis, consolidando sua credibilidade (SANTOS; SILVA, 2017).

Todavia é imprescindível que essa proposta sustentável se faça presente em todos os processos organizacionais, não somente no setor produtivo, no administrativo ou no produto final, enfim em toda estrutura das empresas.

Em sequência na entrevista, fez-se à pergunta crucial sobre a consciência ambiental da organização. A questão em destaque era: “Para você, a empresa estimula que o trabalho seja realizado com um uso mais consciente a respeito dos recursos ambientais?”

A resposta afirmativa de todos os entrevistados revela um alinhamento notável entre os colaboradores líderes no que diz respeito à importância de práticas sustentáveis no ambiente de trabalho. Esse consenso não apenas destaca a atenção coletiva à responsabilidade ambiental, mas também sinaliza uma oportunidade significativa para a empresa se destacar no campo da sustentabilidade empresarial.

O impacto desse consenso nas respostas pode ser observado de maneira expressiva na imagem e reputação da organização. Empresas que adotam práticas sustentáveis não apenas atraem talentos comprometidos com questões ambientais, mas também conquistam a confiança dos clientes e parceiros que buscam apoiar negócios socialmente responsáveis.

Em resumo, a unidade de visão entre os entrevistados sobre a postura sustentável da empresa não apenas destaca uma cultura interna coesa, mas também apresenta oportunidades tangíveis para a organização prosperar de maneira sustentável. Ao abraçar e expandir essas práticas, a empresa não apenas se posiciona como um agente de mudança positiva no cenário empresarial, mas também colhe os frutos de uma operação mais eficiente, econômica e ambientalmente consciente.

Para compreender o engajamento de cada membro da equipe com práticas sustentáveis, a terceira pergunta do questionário foi formulada: “Você já fez algum esforço para reduzir o consumo de energia elétrica, água ou materiais de escritório?” Apesar de sua simplicidade, as respostas a essa pergunta revelaram um consenso notável e encorajador.

Os resultados foram relevantes, visto que 100% dos entrevistados responderam afirmativamente a todas as perguntas. Este consenso não apenas reflete uma

conscientização ambiental compartilhada, mas também destaca a responsabilidade coletiva assumida pelos membros da equipe para fazer a diferença em prol do meio ambiente.

Além disso, o impacto financeiro também é digno de nota. A redução do consumo de energia, água e materiais de escritório não apenas alinha a organização com princípios éticos, mas também pode resultar em economias significativas a longo prazo. Isso não apenas beneficia o meio ambiente, mas também contribui para a saúde financeira da empresa.

Para Paz *et al.* (2014) as regras mais eficazes em termos de sustentabilidade estão profundamente conectadas à abordagem da organização em relação à integração com seus colaboradores e a sociedade, visando promover a harmonização de suas atividades com os valores fundamentais da sociedade. Dessa forma, cria-se uma percepção entre os indivíduos (colaboradores) de que suas ações estão alinhadas com o pensamento compartilhado pelos demais envolvidos.

Num cenário onde a preocupação ambiental torna-se imperativa, empresas de todos os setores estão reavaliando suas práticas e buscando maneiras de contribuir para um futuro mais sustentável. Nesse contexto, segundo às informações fornecidas pelos colaboradores da empresa, no quarto quesito respondido, a organização incorpora a coleta seletiva em suas operações diárias.

Percebe-se, portanto, que a decisão de abraçar a coleta seletiva reflete um compromisso com a sustentabilidade que vai além de simples práticas empresariais; é uma declaração de responsabilidade social e ambiental. A empresa reconhece o papel fundamental que desempenha na preservação do meio ambiente e a importância de adotar medidas concretas para minimizar seu impacto.

Conforme o Quadro 2, todos os cinco entrevistados de cada área concordaram de forma unânime com a afirmação de que a empresa demonstra uma preocupação genuína com as questões ambientais em sua comunicação com a sociedade. Essa percepção coletiva destaca uma abordagem holística da organização em direção à sustentabilidade, transcendentemente incorporada em todos os setores.

Essa unanimidade nas respostas sugere não apenas uma consciência compartilhada entre os entrevistados sobre a importância das questões ambientais, mas também uma tendência corporativa em adotar práticas sustentáveis. Para esses profissionais, a empresa não apenas se preocupa em passar uma visão de responsabilidade ambiental para a sociedade, mas busca efetivamente integrar essas preocupações em sua cultura organizacional. Esse alinhamento de valores pode não apenas fortalecer a posição da

empresa no mercado, mas também contribuir positivamente para a construção de um futuro mais sustentável.

Com o objetivo de compreender as preocupações e cuidados relacionados ao uso de recursos naturais, incluindo energia, água, materiais de escritório e materiais eletrônicos. Os resultados do questionário apresentado no Quadro 2, revelaram uma ampla gama de perspectivas, destacando-se o consumo de energia como uma preocupação mais compartilhada entre os colaboradores, seguido do consumo de água e consumo de materiais de escritório.

Quadro 2 – Preocupação e cuidado referente ao uso de recursos naturais

AÇÕES	R1	R2	R3	R4	R5
consumo de energia elétrica	X	X		X	X
consumo de água	X		X		
consumo de materiais de escritório (papel, cartuchos, caneta, lápis e etc.)	X			X	
materiais eletrônicos (notebook, impressoras, e etc.)					

Fonte: Autora, 2024.

Curiosamente, a pesquisa revelou que os materiais eletrônicos não foram uma prioridade de preocupação entre os colaboradores. Este resultado pode indicar uma oportunidade para a empresa explorar estratégias de conscientização e práticas mais sustentáveis nessa área, visando um equilíbrio nas preocupações ambientais de toda a equipe.

Atitudes como economia de energia elétrica, reaproveitamento de papel e a substituição de descartáveis por utensílios duráveis, são ações simples que podem ser adotadas pelos servidores em seu local de trabalho e servem de exemplo para a sociedade (Maculan *et al.*, 2016). Para Pereira (2013) a adoção dessas medidas sustentáveis nas empresas só é possível quando existe no funcionário o desejo e motivação de colocá-las em prática. A partir desse embasamento e dos resultados encontrados, é possível inferir que existe na maioria dos servidores da empresa disposição para adotar tais práticas.

Perante uma das questões pertinentes, com relação ao consumo consciente da organização, os resultados revelaram que a empresa tem se destacado em várias frentes, promovendo uma abordagem ambientalmente responsável em suas operações cotidianas.

Uma das áreas em que a empresa demonstrou um compromisso sólido com a sustentabilidade é no uso de materiais reciclados. Conforme indicado pelas respostas dos colaboradores, a empresa prioriza o papel proveniente de processos de reciclagem em suas atividades diárias. Outro destaque positivo identificado no questionário é o uso de papel certificado ambientalmente, além de outros materiais provenientes de processos de

reciclagem em suas operações.

Quanto às iniciativas adotadas visando a redução no consumo de energia. Os resultados revelam *insights* valiosos sobre o impacto das medidas implementadas e fornecem uma visão clara das áreas que foram mais bem-sucedidas, conforme destacam os colaboradores.

Os colaboradores destacaram positivamente a transição para sistemas de iluminação mais eficientes. A introdução de sistemas de ar-condicionado mais eficientes recebeu uma recepção favorável dos colaboradores. A atualização para equipamentos mais eficientes foi bem percebida, com os colaboradores líderes notando melhorias na velocidade e desempenho. A substituição de viagens por meios de comunicação virtuais foi apontada como uma das iniciativas mais positivas. Além de reduzir as emissões de carbono associadas às viagens, os colaboradores destacaram a eficácia das reuniões online na economia de tempo e recursos.

Entretanto, ao serem questionados sobre a situação da empresa em relação a avaliação ambiental periódica de seus aspectos e impactos ambientais, revelaram informações valiosas sobre a situação da empresa. Dos participantes, 3 colaboradores líderes (setores de crédito, de depósito e administrativo) indicaram que a prática é adotada pontualmente, enquanto 2 (setor loja volante e escritório) afirmaram que está incorporada à rotina da companhia, mas não abrange todos os processos, sites ou situações pertinentes.

Diante desse resultado, é possível concluir que a empresa apresenta uma diversidade de percepções internas sobre a abordagem ambiental. Aqueles que consideram a prática como adotada pontualmente podem indicar uma necessidade de maior atenção e esforços para integrar a avaliação ambiental de forma mais consistente em diferentes áreas da empresa. Por outro lado, os colaboradores que reconhecem a incorporação da prática à rotina, mas com limitações, apontam para a importância de expandir e aprimorar a abrangência da avaliação, incluindo todos os processos, sites e situações relevantes.

Foi questionado também sobre quais práticas sustentáveis poderiam sugerir para a empresa. Os resultados revelaram uma notável diversidade de perspectivas e ideias inovadoras, destacando o engajamento dos colaboradores em contribuir para um ambiente de trabalho mais ecologicamente responsável.

O colaborador do setor de crédito propôs a substituição do uso frequente de papeis por documentos digitalizados. Ele enfatizou a importância de reduzir o impacto ambiental associado ao papel e destacou como essa mudança poderia refletir positivamente na imagem da empresa perante o meio ambiente: “Nas atividades cotidianas da empresa, ainda

tem um uso bastante elevado na utilização de papéis, que poderia ser substituído pela era digital beneficiando o meio ambiente” (R1, 2024).

Já no departamento de depósito (R2), a sugestão foi a criação de “um processo de reaproveitamento de água e uso de energia solar”. O foco está em reduzir o consumo e, conseqüentemente, os custos operacionais, ao mesmo tempo em que a empresa se alinha a práticas mais sustentáveis.

A opinião do colaborador da loja volante (R3) destacou a relevância de “melhorar o processo de separação do lixo para a prática de reciclagem”, que se complementa com a ideia proposta pelo R4, do setor administrativo, este que propôs a “implantação de uma frota de veículos com energia limpa”. Essa iniciativa não só demonstra o compromisso individual com a sustentabilidade, mas também fomenta uma cultura interna de responsabilidade ambiental.

Por fim, o colaborador do escritório propôs:

“Utilizar mais materiais reciclados, principalmente papel, visto que, o uso é muito grande desse tipo de material.

Avaliar a iluminação para aproveitar mais a luz solar nos ambientes.

Adotar o programa de energia solar, já que temos bastante espaço” (R5, 2024).

No referente ao último questionamento feito aos colaboradores, estes responderam que há reuniões periódicas para verificar as condições de segurança do trabalho, além de verificarem se há algo em desacordo com a visão sustentável de realizar as atividades.

Eles mencionaram que além disso:

“temos todos os nossos relatórios atualizados como: análise global, pcmso, resíduos sólidos, Itcat, pae, insalubridade e periculosidade, as caixas das mercadorias são todas recicladas, os papéis dos arquivos antigos são todos prensados e viram blocos para anotações que são enviados para as lojas” (R5, 2024).

As valiosas sugestões, provenientes de diversos setores da loja de departamento, destacam a importância de envolver os colaboradores no processo de construção de uma cultura empresarial mais sustentável. Destaca-se o fato de que os papéis dos arquivos inutilizados já se tomam blocos de anotações, fator que destaca o cuidado com o uso consciente dos recursos.

Ao adotar as práticas sustentáveis, a empresa não apenas promove uma consciência ambiental, mas também se posiciona como líder em responsabilidade corporativa, demonstrando seu comprometimento com o futuro do planeta.

5 CONCLUSÃO

Ao descrever o perfil dos colaboradores líderes que responderam ao questionário, observa-se inicialmente uma diversidade de perfis, porém, refletindo a predominância do sexo masculino entre os colaboradores líderes empregados. Embora a igualdade de gênero seja um ideal a ser buscado em todos os contextos sociais, é interessante observar essa distribuição dentro de um ambiente específico. Essa diversidade é um ativo importante para a empresa, pois permite uma multiplicidade de pontos de vista no que diz respeito às práticas sustentáveis.

Tal constatação corrobora com o fato de que 80% dos colaboradores líderes possui ensino superior completo. A presença de colaboradores com formação superior também sugere um potencial de engajamento em atividades que exigem maior complexidade e responsabilidade dentro da empresa.

Os respondentes do questionário apresentam um perfil em que expõe o seu nível de maturidade e experiência. No que diz respeito à formação acadêmica, é possível afirmar que quanto mais elevado o grau de escolaridade, maior é a compreensão e correlação entre a sustentabilidade e as práticas implementadas na empresa.

No que tange à percepção dos colaboradores em relação às ações sustentáveis praticadas pela empresa, os resultados revelaram uma gama de opiniões. Enquanto alguns colaboradores demonstraram satisfação com as iniciativas já inovadoras, como a redução do uso de materiais e a promoção da reciclagem, outros apontaram áreas onde a empresa poderia melhorar, como o uso de energia renovável e a redução do desperdício de água. Essas percepções destacam a importância de um diálogo aberto e contínuo entre a gestão e os colaboradores para o aprimoramento das práticas sustentáveis., ressaltando a preocupação existente quanto ao consumo de água, energia e materiais no geral.

Ao identificar iniciativas e alternativas sustentáveis para a organização percebida pelos colaboradores, foi possível constatar uma série de sugestões valiosas. Desde a implementação de programas de conscientização ambiental até a criação de ações comprometidas com a sustentabilidade, os colaboradores entrevistados estão engajados e comprometidos em contribuir para a construção de um ambiente de trabalho mais sustentável. Essas ideias não refletem apenas o comprometimento dos colaboradores com a causa, mas também evidenciam o potencial criativo e inovador presente na equipe.

A promoção da sustentabilidade organizacional ocorre efetivamente na empresa, mas pode ser aperfeiçoada por meio de investimentos tanto nas pessoas quanto nos

processos de trabalho. Essa integração resulta em perceber que as práticas realizadas no ambiente organizacional ampliam o entendimento sobre a sustentabilidade e, conseqüentemente, sua conscientização, evidenciando a preocupação de não apenas atender a lei, mais ir além, buscando o equilíbrio econômico, social e ambiental.

Portanto, ao atender aos objetivos específicos do estudo, foi possível não apenas obter uma visão abrangente do perfil e das percepções dos colaboradores em relação à sustentabilidade, mas também identificar oportunidades de melhoria e inovação. Uma vez que, o engajamento e o envolvimento ativo da equipe são fundamentais para o sucesso de qualquer iniciativa sustentável, e integrar essas vozes na tomada de decisões pode ser o diferencial para criar uma cultura organizacional verdadeiramente comprometida com a responsabilidade ambiental e social.

REFERÊNCIAS

- ALVES, J. L. S.; MARTINS, H. S. A.; MEDEIROS, D. D. Ecoeficiência como fator de inovação nas micro e pequenas empresas: um estudo de caso. 2009. Disponível em: https://abepro.org.br/biblioteca/enegep2009_TN_STO_099_667_13932.pdf. Acesso em: 12 jan. 2024.
- ALVES, J. L. S. *et al.* **A viabilidade da ecoeficiência como fonte de inovação e ganho competitivo nas micro e pequenas empresas brasileiras.** 2009. Disponível em: http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg5/anais/T8_0143_0641.pdf. Acesso em 17 de jan. 2024.
- ARAÚJO, G. J. F.; CARVALHO, C. M. As Políticas Sustentáveis aplicadas às redes varejistas. **Revista Administração em Diálogo**, v. 13, n. 1, 2011, p. 47-63.
- ARMAZÉM PARAÍBA. **Coleta de resíduos na praia.** Portal armazempb, 2016. Disponível em: <https://sites.armazempb.com.br/responsabilidade-social/meio-ambiente/coleta-de-residuos-na-praia/>. Acesso em 08 de fev. 2024.
- ARMAZÉM PARAÍBA. **Abraçando a sociedade e o meio ambiente com o armazém ecológico.** Portal armazempb, 2017. Disponível em: <https://sites.armazempb.com.br/responsabilidade-social/criancas/abracando-sociedade-e-o-meio-ambiente-com-o-armazem-ecologico/>. Acesso em: 08 de fev. 2024.
- ARMAZÉM PARAÍBA. **Preservação da natureza.** Portal armazempb, 2015. Disponível em: <https://sites.armazempb.com.br/responsabilidade-social/meio-ambiente/preservaco-da-natureza-tambem-e-nossa-responsabilidade/>. Acesso em: 08 de fev. 2024.
- BARBIERI, J. C. **Gestão Ambiental Empresarial Conceitos Modelos e Instrumentos.** São Paulo: Saraiva, 2007.
- CIDADE VERDE.COM. Anuário destaca empresas do Piauí como melhores em gestão no Brasil. **Cidade Verde.com**, 15 de mar. 2013. Disponível em: <https://cidadeverde.com/noticias/127648/anuario-destaca-empresas-do-piaui-como-melhores-em-gestao-no-brasil>. Acesso em: 08 de fev. 2024.
- CLARO, P. B.; CLARO, D. P.; AMANCIO, R. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. **Revista de Administração-RAUSP**, v. 43, n. 4, p. 289-300, 2008.
- COSTA, M. I. L.; SILVA, E. R.; MATTOS, U. A. O. **20 Anos de Ecoeficiência. Evolução e aplicação do conceito no Brasil:** de estratégia de negócios a princípio de política pública, 2011.
- COSTA, B. S. L. M. Um estudo sobre a sustentabilidade. 71 p. Monografia (Especialização em Produção e Gestão do Ambiente) – Universidade Federal do Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.
- DIAS, Valéria da Veiga. Análise de Práticas de Gestão Sustentável em Empresas

Internacionalizadas do Setor Químico Brasileiro. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração, UFSM, Santa Maria, 2011.

ELKINGTON, John. Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. **California management review**, v. 36, n. 2, p. 90-100, 1994.

FERREIRA, B. S.; GUERRA, J. A. P. **Responsabilidade socioambiental: um olhar sistêmico em uma organização estatal.** 2012.

Disponível em:

https://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/esp1_8cbs/09.pdf.

Acesso em: 03 jan. 2024.

FERNANDES, C. Saiba mais sobre sustentabilidade organizacional nas empresas com foco na equidade de gênero. **Superávit Caseiro**, set. 2022.

FRANKLIN, M. A. *et al.* Sustentabilidade aplicada a serviços de varejo: um estudo empírico em um shopping center de São Paulo. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, v. 8, n. 1, p. 72-93, 2018.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GUTIERREZ, M. B. G. P. S. **O desenvolvimento sustentável: a necessidade de um marco de governança adequado.** Repositório do conhecimento do IPEA, 2013. Disponível em: https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/5919/1/BAPI_n04_p27-32_RD_Desenvolvimento-sustentavel_Diest_2013-out.pdf. Acesso em: 03 dez. 2024.

HORST, A. C.; CUNHA, R. T. F. Sustentabilidade empresarial e equidade de gênero: uma interface a partir da construção de uma tecnologia social. **Revista Tecnologia e Sociedade**, 2ª Edição, 2010.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Vendas no varejo variam -0,3% em outubro. **Agência de Notícias IBGE**, dez. 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/38661-vendas-no-varejo-variaram-0-3-em-outubro>. Acesso em: 18 de jan. 2024.

JABBOUR, C. J. C. Non-linear path ways of corporate environmental management: a survey of ISO 14001- certified companies in Brazil. **Journal of Cleaner Production**, v. 18, pp. 1222- 1225, 2010.

LUENEBURGUER, C.; GOLEMAN, D. A sustentabilidade exige mudança de liderança. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Aquidabã, Sergipe. v. 1, n. 1, dez. 2010.

MACULAN, C. G. *et al.* Implantação da sustentabilidade: a perspectiva dos pró-reitores de uma IFES do interior do estado do Rio Grande do Sul, Brasil. *In: FÓRUM INTERNACIONAL ECOINOVAR*, 5., 2016, Santa Maria. Anais... Santa Maria: **ECOINOVAR**, 2016. p. 1 – 15.

MELO NETO, F. P.; BRENNAND, J. M. Empresas socialmente sustentáveis: o novo desafio da gestão moderna. Rio de Janeiro: **Qualitymark**, p. 45-72, 2004.

MOREIRA, J. C.; SISINNO, C. L. S. Ecoeficiência: um instrumento para a redução da geração de resíduos e desperdícios em estabelecimentos de saúde. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csp/v21n6/29.pdf>. Acesso em: 17 de jan. 2024.

ONU – Organização das Nações Unidas. Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Our common future**, 1987. Disponível em: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>. Acesso em: 21 dez. 2023.

PAZ, F. J. *et al.* Sustentabilidade nas organizações: vantagens e desafios. **Anais. In: III SINGEP e II S2IS**, São Paulo, nov. 2014.

PELLENZ, M.; BASTIANI, A. C. B. Sustentabilidade e consciência ambiental: uma nova postura humana frente ao desenvolvimento. **Revista Eletrônica Direito e Política**, v. 9, n. 3, p. 1703-1725, 2014.

PEREIRA, A. S. Educação superior e sustentabilidade: um estudo sobre a percepção dos atores do campus Alto Paraopeba/ UFSJ/ MG. 2013. 154 f. Dissertação (**Mestrado**) – Curso de Pós Graduação em Administração Pública, Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2013.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. 2.ed. São Paulo: Cortez, 2010.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

RIBEIRO, M. S.; VELLANI, C. L. Sistema Contábil para gestão da ecoeficiência empresarial. **Revista Contabilidade & Finanças**, USP, São Paulo, vol. 20, nº 49, 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1519-70772009000100003&script=sci_arttext. Acesso em: 17 de jan. 2024.

ROMEIRO, A. R. Desenvolvimento sustentável: uma perspectiva econômico-ecológica. **Estudos avançados**, v. 26, p. 65-92, 2012.

ROVAROTO. I. Pela 1ª vez, 300 maiores empresas de varejo do país vendem mais de R\$ 1 trilhão. **Exame**, ago. 2023. Disponível em: <https://exame.com/negocios/pela-la-vez-300-maiores-empresas-de-varejo-do-pais-vendem-mais-de-r-1-trilhao/>. Acesso em: 18 de jan. 2024.

SANTOS, F. R. Surgimento e expansão das lojas de departamentos: do auge nos séculos XIX e XX a sua reestruturação no período contemporâneo. **Revista Formação**, v. 27, n. 50, jan- abr/2020, p. 53-77.

SANTOS, E. H.; SILVA, M. A. Sustentabilidade empresarial: um novo modelo de negócio.

Revista Ciência Contemporânea, v.2, n.1, jun. dez. 2017, p. 75 – 94.

SAVITZ, A. W.; KARL, W. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com a responsabilidade social e ambiental**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

SBVC - Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo. **O Papel do Varejo na Economia Brasileira**. 10 ed., 2023. Disponível em: https://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2023/06/O-Papel-do-Varejo-na-Economia-Brasileira_2023-SBVC_Vfinal-1.pdf. Acesso em: 18 de jan. 2024.

SEIFFERT, M. E. B. **Sistemas de gestão ambiental (SGA - ISO 14001)**. São Paulo: Atlas, 2005.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Varejo off-line: as lojas de departamento. **Portal Sebrae**, nov. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/varejo-off-line-as-lojas-de-departamento,95e8d425e2124810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 18 de jan. 2024.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Qual setor do varejo é responsável pelo crescimento do mercado. **Portal Sebrae**, jul. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/qual-setor-do-varejo-e-responsavel-pelo-crescimento-do-mercado,17b940cec4177810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 18 de jan. 2024.

SILVA, P. H. F.; GASPAROTTO, F. A ecoeficiência como estratégia empresarial. *In: Encontro Internacional de Produção Científica*, 2017, Maringá, **Anais[...]**, Maringá, 2017.

SANTOS, E. H.; SILVA, M. A. Sustentabilidade empresarial: um novo modelo de negócio.

Revista Ciência Contemporânea, v.2, n.1, jun. dez. 2017, p. 75 – 94.

SAVITZ, A. W.; WEBER, K. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

TINOCO, J. E. P. Balanço social e o relatório da sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2010. TORRESI, S. I. *et al.* O que é sustentabilidade? **Química nova**, v. 33, p. 1-1, 2010.

O grupo Claudino se divide em três: Claudino S/A - Lojas de Departamentos, SOCIC – Sociedade Comercial Irmãs Claudino S/A e N. Claudino & Cia Ltda (VALDEVINO; PEREIRA, 2021).

WBCSD – World Business Council for Sustainable Development. About us. Disponível em: <https://www.wbcsd.org/>. Acesso em: 12 jan. 2024.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: Planejamento e Método**. Trad. Daniel Grassi, 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

Nome do Respondente do questionário: _____

Sexo: _____

Idade: _____

Escolaridade: _____

Função ou cargo do entrevistado: _____

1. No seu entendimento, a empresa pratica ações sustentáveis?

Sim Não

2. Para você, a empresa estimula que o trabalho seja realizado com um uso mais consciente a respeito dos recursos ambientais? A exemplo de economia no uso de materiais de escritório e elétrico/consumir menos água e energia?

Sim Não

3. Você já tentou reduzir o consumo de energia elétrica, uso de água ou até mesmo de materiais de escritório?

Sim Não

4. A empresa faz coleta seletiva?

Sim Não

5. Na sua percepção, a empresa se preocupa em passar uma visão de preocupação com as questões ambientais para a sociedade?

Sim Não

6. Para você, há uma maior preocupação e cuidado referente ao uso de recursos naturais em quais desses aspectos:

consumo de energia elétrica
 consumo de água

consumo de materiais de escritório (papel, cartuchos, caneta, lápis e etc.)
 materiais eletrônicos (notebook, impressoras, e etc.)

7. Em relação ao consumo consciente, a empresa:

Utiliza papel proveniente de processo de reciclagem. Utiliza papel com certificação Ambiental.

Utiliza outros materiais provenientes de reciclagem. Não utiliza nenhum tipo de material reciclado

8. Na sua visão, quais iniciativas foram adotadas visando a redução no consumo de energia? (Múltipla escolha)

- Sistemas de iluminação mais eficientes
 Sistemas de ar-condicionado mais eficientes
 Computadores, impressoras e periféricos mais eficientes
 Substituição de viagens por telefonemas ou videoconferências Outras iniciativas - Quais? _____
 Nenhuma iniciativa

9. Qual a situação da empresa em relação a avaliação ambiental periódica de seus aspectos e impactos ambientais?

- É uma prática inexistente
 É uma prática adotada pontualmente

- () É uma prática incorporada à rotina da companhia, mas não abrange todos os processos, sites ou situações pertinentes
- () É uma prática plenamente implementada na companhia, abrangendo todos os processos, sites ou situações pertinentes.

10. Que prática sustentável você sugere que a empresa adote na prática da realização de suas atividades?

11. A empresa faz reuniões ou promove cursos/seminários com os colaboradores para tratar de questões de sustentabilidade e práticas sustentáveis?