

ASPECTOS RELEVANTES DA SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA: ESTUDO DE CASO DA EMPRESA SUZANO PAPEL E CELULOSE

Ana Karla Buzato¹, Andressa Maria Rossi², Renata Teixeira dos Santos³, Tatiane Dambroz⁴, Simoni Casagrande Dal'Col⁵

RESUMO

Nos últimos anos, o tema Sustentabilidade tem sido alvo crescente de debates nos mais diferentes fóruns. No ambiente empresarial, a Sustentabilidade Corporativa tem avançado por meio do conceito do Triple Bottom Line, segundo o qual as organizações podem obter resultados positivos para o negócio quando incorporam a estratégia empresarial, de maneira equilibrada e indo além das obrigações legais, as dimensões econômica, ambiental e social. Diante deste movimento, o presente trabalho procurou identificar um caso de negócios setorial para a Sustentabilidade Corporativa, analisando o setor brasileiro de Papel e Celulose. Para isso, buscou-se avaliar a competitividade e as principais questões socioambientais que interferem no resultado econômico das empresas do setor, bem como a implementação do conceito de Sustentabilidade Corporativa nas empresas pesquisadas.

Contudo, a adoção do conceito nas ferramentas gerenciais ainda não está bem estruturada nas empresas, pois mesmo com avanços em ferramentas mais normativas, ainda são necessárias melhorias na mensuração de impactos e desempenho, especialmente em relação ao papel da Sustentabilidade nos resultados econômico-financeiros. Sendo assim, a principal conclusão do trabalho é a de que a empresa Suzano Papel e Celulose demonstram que a implantação da Sustentabilidade na empresa gera bons negócios e vive em plena harmonia com seus clientes fornecedores acionistas e sociedade.

PALAVRAS-CHAVES: Sustentabilidade Corporativa, Suzano Papel e Celulose.

1. Graduanda em Ciências Contábeis na FAACZ-Faculdades Integradas de Aracruz (anakarlabuzato@hotmail.com)-Aracruz/Espírito Santo-Brasil.
2. Graduanda em Ciências Contábeis na FAACZ-Faculdades Integradas de Aracruz (andressarossi@hotmail.com)-Aracruz/Espírito Santo-Brasil.
3. Graduanda em Ciências Contábeis na FAACZ-Faculdades Integradas de Aracruz (renata-tds@hotmail.com) -Aracruz/Espírito Santo-Brasil.
4. Graduanda em Ciências Contábeis na FAACZ-Faculdades Integradas de Aracruz (tatianedambroz@gmail.com) -Aracruz/Espírito Santo-Brasil.
5. Professora da FAACZ-Faculdades Integradas de Aracruz (simoni.casagrande@hotmail.com) - Aracruz/Espírito Santo-Brasil.

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste artigo constitui em compreender o que é Sustentabilidade corporativa e qual a sua importância no contexto atual, onde a grande maioria das empresas de todos os portes divulga e apresenta projetos sociais e ambientais como parte integrante da filosofia organizacional. Este embasamento refere-se ao poder de projetos sustentáveis e com diversas formas de classificações. Abordamos o estudo de caso da empresa Suzano Papel e Celulose, citando que fazer a diferença e ser sustentável é bem para todos.

Há algum tempo atrás, as questões sociais e ambientais não recebiam tanta ênfase como atualmente e não despertava tanto interesse das organizações, hoje isto já é uma grande realidade. Com o crescente avanço da desigualdade social e da degradação do meio ambiente a nível mundial, os conflitos sociais têm aumentado consideravelmente e os recursos naturais têm se tornados insuficientes, e em alguns casos quase que escassos.

O atual contexto ambiental no qual as organizações estão inseridas faz com que tais recursos fiquem cada vez mais caros e os investidores exijam cada vez mais das empresas. Sendo assim, observa-se que agir sobre estes aspectos significa controlar custos crescentes e monitorar riscos acontecidos de questões ambientais e sociais.

Desse modo, a sociedade civil, cada vez mais organizada e exigente, também tem exercido pressão crescente sobre as empresas para que estas busquem soluções inovadoras para que diminuam os riscos ligados, a aspectos sociais e ambientais.

Neste artigo será apresentada uma visão geral da importância da Sustentabilidade no ambiente corporativo e suas contribuições para a continuidade do negócio. Para tanto, serão abordados exemplos de empresas que incorporaram o conceito da sustentabilidade às suas política e ações estratégicas.

2. CONTEXTO HISTÓRICO DA SUSTENTABILIDADE

O termo Sustentabilidade originou-se durante a década de 80, com as crescentes ações de sensibilização dos países em descobrir e adotar formas de

promover o crescimento de suas empresas sem destruir o meio ambiente, nem sacrificar o bem-estar das futuras gerações. Desse modo, SAVITZ (2007, p.2) afirma que:

“Uma empresa sustentável é aquela que gera lucro para os acionistas, ao mesmo tempo em que protege o meio ambiente e melhora a qualidade de vida das pessoas com que mantém interações”.

Atualmente algumas organizações já não pensam somente na maximização de seus lucros, como acontecia anteriormente, ou seja, assumiram uma postura proativa de identificar os pontos fortes que permeiam os interesses empresariais e os interesses sociais, e baseados nesta intercessão incorporaram às políticas empresariais ações sustentáveis, buscando manterem-se competitivas diante dos concorrentes.

A Sustentabilidade na organização deve ser uma construção contínua, e a escolha desse caminho só é possível quando a empresa acredita na sua Sustentabilidade, ou seja, ao trabalhar em todas as dimensões da Sustentabilidade, as organizações buscam fazer a diferença, não só hoje, mas de forma permanente. Para tanto, a Sustentabilidade se baseia em três dimensões que são: social, econômica e ambiental.

a) DIMENSÕES SOCIAIS

A organização deve proporcionar aos empregados melhores condições de trabalho, contemplando a diversidade cultural existente na sociedade em que atua. Os seus dirigentes devem participar constantemente das atividades socioculturais de expressão da comunidade que vive no entorno da unidade produtiva. Segundo Hawken. Lovins e Lovins, (1999, p. 135):

“A eliminação do desperdício, na indústria, leva a uma cadeia de eventos e processos que podem vir a formar a base de uma surpreendente inovação na esfera empresarial. Em última instância, porém, a cadeia nos reconduz aos sistemas biológicos, a esfera da vida da qual provém toda prosperidade.”

b) DIMENSÕES ECONÔMICAS E AMBIENTAIS

A dimensão econômica é, naturalmente, a mais fácil de ser compreendida e incorporada pelos administradores na estratégia de negócios das

companhias. Já que representa com muita clareza a busca pelo principal objetivo das organizações, a geração de valor aos acionistas. O que nem sempre é tão claro ou tão aceito pelos executivos é a relação de causalidade entre esta e as dimensões sociais e ambientais. Nesse sentido LEMME (2005, p. 131) coloca que:

“A dificuldade está no pouco conhecimento existente sobre a formação, gestão e consumo dos capitais humano e natural.”

Com discussões iniciadas na década de 1960, a dimensão ambiental foi à mola propulsora que deu início ao debate acerca do desenvolvimento Sustentável e, conseqüentemente, da Sustentabilidade Corporativa. Segundo Salzmann, Jonescu-Somers e Steger (2003, p. 31):

"Na teoria e na prática, o desenvolvimento da dimensão ambiental está provavelmente ao menos 10 anos à frente da dimensão social". O que, segundo eles, pode ser confirmado pela maior disseminação de sistemas de gestão e de certificações.

Em complemento às dimensões da Sustentabilidade Corporativa, DIAS (2006, p.48), coloca que:

“O mais importante na abordagem das três dimensões da sustentabilidade empresarial é o equilíbrio dinâmico necessário e permanente que devem ter, e que tem de ser levado em consideração pelas organizações que atuam preferencialmente em cada uma delas: organizações empresariais (econômica), sindicatos (social) e entidades ambientalistas (ambiental). Deve ser estabelecido um acordo entre as organizações de tal modo que nenhuma delas atinja o grau máximo de suas reivindicações e nem o mínimo inaceitável, o que implica num diálogo permanente para que as três dimensões sejam contempladas de modo a manter a sustentabilidade do sistema.”

Observa-se que organizações sustentáveis possuem mais possibilidades de se firmar no mercado, pois tendem a ganhar a preferência e fidelizando os consumidores, controlarem melhor os seus riscos, manter sua boa reputação, proteger melhor seus valores, enfrentar menos problemas na justiça e em órgãos de fiscalização, uma vez que prezam o bom relacionamento com seus stakeholders (Sócios).

2.1. CONCEITOS DE SUSTENTABILIDADE

Existem varias definições para o conceito do que é Sustentabilidade, portanto para o desenvolvimento deste artigo é necessário entender a necessidades das empresas, em implantar a Sustentabilidade e seus benefícios para os colaboradores diretores e sociedade.

O termo Sustentabilidade é utilizado para definir ações e atividades humanas que visam suprir as necessidades atuais dos seres humanos, sem comprometer o futuro das próximas gerações, ou seja, está diretamente relacionada ao desenvolvimento econômico e material sem agredir o meio ambiente, usando os recursos naturais de forma inteligente para que eles se mantenham no futuro. Seguindo estes parâmetros, a humanidade pode garantir o desenvolvimento sustentável.

Ações sustentáveis estão diretamente ligadas ao desenvolvimento econômico e material da organização, de forma que não prejudique o meio ambiente, usando os recursos naturais de forma correta e inteligente para que eles se mantenham permanentes futuramente, garantindo desse modo o desenvolvimento sustentável para a humanidade.

Em complemento o conceito de Sustentabilidade, (MANZINI & VEZZOLI, 2005, p.27) afirma que:

“O conceito de sustentabilidade ambiental refere-se às condições sistêmicas segundo as quais, em nível regional e planetário, as atividades humanas não devem interferir nos ciclos naturais em que se baseiam tudo o que a resistência do planeta permite e, ao mesmo tempo, não devem empobrecer seu capital natural, que será transmitido às gerações futuras”.

3. SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA

Embora existam várias definições complementares, o termo Sustentabilidade pode ser mais bem definido como:

"atender as demandas da geração atual sem prejudicar a capacidade das gerações futuras de atender as suas necessidades." (UNDP. 1997, p.19).

A Sustentabilidade Corporativa baseia-se em um novo modelo de gestão de negócios, onde a atuação nas dimensões social e ambiental, aliada a boas práticas

de governança, interfere positivamente na dimensão econômica, agregando valor às organizações. Nesse sentido, torna-se imprescindível compreender que o desenvolvimento está aliado de forma direta às ações de Sustentabilidade, conforme afirmativa de GULLBERG (2006, p.23):

Os negócios que serão sustentavelmente bem-sucedidas no século 21 serão aqueles que encontrarem oportunidades de negócios no engajamento às grandes questões mundiais - incluindo desenvolvimento e meio ambiente. Essa ênfase precisa ser colocada nas oportunidades de negócios, em vez de na filantropia.

É uma visão de negócios de longo prazo que incorpora as dimensões sociais e ambientais à estratégia de negócios da companhia - triple bottom line (ou tripé resultado econômico-financeiro X resultado social X resultado ambiental).

3.1. PRÉ - REQUISITOS PARA A GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE

- a) A motivação para a Sustentabilidade está ligada a exigências de stakeholders (clientes, fornecedores, acionistas, financiadores, etc.) e ao mapeamento de riscos e oportunidades, mas também aos direcionadores internos de valor da empresa e ao papel exercido pela liderança da empresa no tema.
- b) A mudança cultural necessária consiste em entender e mensurar os efeitos positivos para o negócio da aplicação do conceito do triple bottom line, em cada ação do dia-a-dia.
- c) A capacidade de implementação depende da identificação de forças e fraquezas ligadas à Sustentabilidade e à utilização efetiva de ferramentas de gestão na incorporação da Sustentabilidade à estratégia de negócios, aos sistemas de gestão e avaliação de desempenho e, em muitos casos, aos critérios de remuneração variável dos executivos.

4. VANTAGENS/BENEFÍCIOS DA SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA

Por uma renovação de consumismo e produtividade, a Sustentabilidade Corporativa tem por objetivo induzir as empresas e clientes a sua visão inovadora de obter lucros e recursos futuros sem que isto venha degradar o meio ambiente. Desta

forma quando as empresas buscam compensar seus impactos negativos e optar em programar algo positivo, ela automaticamente vai além das exigências legais ou do dever de cumprir regras, isto, porque elas têm muito a ganhar.

O vantajoso neste ponto é que necessariamente não se cumpre apenas regras e sim reduzem os riscos regulatórios como podem ajudar com este avanço a cobrar dos demais envolvidos neste meio, possíveis e presentes concorrentes.

Com relação à sociedade civil, estas empresas envolvidas podem obter benefícios de imagem e reputação, além de acesso a um número maior de mercados e, em alguns casos vantagens nos preços com investidores, acionistas, além das diversas sensibilizações para seus próprios funcionários e suas famílias.

No que se referem ao meio ambiente, suas vantagens é na capacidade de reduzir, recuperar impactos e obter recursos por mais tempo para as empresas.

Com os maiores números de vantagens, as empresas que têm esse conceito estarão obtendo significativas reduções de custos e riscos, além de uma melhor capacidade de atrair soluções práticas e rápidas para possíveis problemas ambientais.

Diante disso, observa-se que as questões sociais, ambientais e econômicas estão absolutamente interligadas e que, para alcançar o sucesso nos resultados e mantê-lo no longo prazo, as empresas precisam atuar de forma integrada nesta estratégia em meio à Sustentabilidade corporativa, conforme opina MANZINI e VEZZOLI (2005, p 33):

“Logo, a busca pela sustentabilidade corporativa passa, necessariamente, pelo consumo racional de recursos e pela redução e compensação da poluição gerada por emissões de efluentes e geração de resíduos. Alguns dos principais mecanismos utilizados com essas finalidades são: a eco-eficiência, mecanismo pelo qual se busca produzir mais com menor utilização de recursos; e a análise do ciclo de vida dos produtos (LCA – Life Cycle Assessment), que avalia e monitora o consumo de recursos e a geração de resíduos e efluentes.”

Partindo desses pressupostos, percebe-se que a Sustentabilidade Corporativa promove não apenas melhorias para os consumidores como também para aqueles que trabalham na organização, através de ações e práticas adotadas de forma interna e externa.

5. APLICABILIDADE DA SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA

Antes de tudo a Sustentabilidade corporativa nada mais é que uma forma aplicável de conduzir as atividades empresariais na sua forma de ser, decidir e agir, sendo responsável como um todo por um crescimento sustentável e equilibrado. Não é uma considerada como ferramenta gerencial, portanto não pode ser aplicada de forma inadequada, sendo um conceito que mantém tanta importância deve compor todos os pontos principais de uma gestão. Requer uma mudança de cultura organizacional e o alinhamento da estratégia da empresa com o objetivo de alcançar a perpetuidade, financeiramente estável, por meio de boas práticas socioambientais e de governança corporativa.

Logo, para que as empresas construam suas metas, devem estar motivadas e incentivadas, motivação essa que deve estar alinhada às motivações da sociedade e que pode sofrer influências, tanto internas quanto externas às organizações. Estes métodos devem partir primeiramente de partes interessadas: como governantes, investidores, reguladores, clientes, colaboradores e ONGs (Organizações não governamentais) – ou ainda de direcionadores de valor da companhia – como redução de custos, melhoria de marca e reputação, melhoria da gestão de riscos, atração e retenção de talentos.

Além disso, as organizações precisam ter capacidade de gerir e programar onde atuar como um parâmetro sustentável, o que inclui conhecimento do tema, baixa rejeição dos colaboradores, fixação do assunto no pensamento estratégico dos gestores e alinhamento entre os diversos setores da organização. Adicionalmente, precisam ainda saber adotar o conceito da Sustentabilidade no ajuste de ferramentas gerenciais e ter conhecimento das principais questões sociais, ambientais e econômicas que possui em seu setor de atuação.

Contudo dentre tantas as exigências adicionamos a questão das empresas em elaborar Balanços Sociais ou Relatórios de Responsabilidade Social Corporativa, como são conhecidos. Neles estão encontramos os dados sociais, ambientais e econômicos, inclusive as demonstrações contábeis. Não são muitas as empresas que publicam balanços socioambientais, mas na medida em que são evoluídas as cobranças esta situação certamente é crescente. A elaboração do Balanço Social é uma tarefa que engloba toda a empresa. Cada dia que passa as organizações procuram métodos e estruturas para praticar a Sustentabilidade.

6. SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA NO BRASIL – GRUPO SUZANO PAPEL E CELULOSE.

O presente artigo baseia-se num estudo de caso à respeito do Grupo Suzano Papel e Celulose, abordando ações sustentáveis voltadas para o ambiente corporativo.

6.1.CONTEXTO HISTÓRICO

Com mais de 85 anos, o Grupo Suzano é uma das mais tradicionais organizações privadas brasileiras, com forte participação na indústria de papel, celulose e energia renovável, e atividades nos setores de corretagem de seguros e resseguros e gerenciamento de riscos, desenvolvimento imobiliário, serviços ambientais, indústria gráfica, e de comunicação multicanal. Por meio do Instituto Eco futuro, desenvolve projetos que entrelaçam educação e meio ambiente.

A trajetória da empresa tem sido marcada pela capacidade de inovar, de assumir riscos e ousar na proposta de novos modelos de negócio e produtos, na busca de soluções geradoras de valor para a organização e a sociedade. Para manter a competitividade aliada a esse perfil, difundimos práticas sustentáveis nos vários níveis da organização. Investimos na construção de relacionamentos duradouros, marcados pelo respeito e confiança recíprocos, com colaboradores, consumidores, clientes, fornecedores, comunidades e demais públicos do nosso relacionamento.

Em 2006, o Grupo Suzano cria o modelo de Gestão Corporativa da Sustentabilidade, o modelo procura conciliar crescimento e rentabilidade, competitividade e ações sustentáveis do negócio. Essas premissas conferem consistência à gestão e qualidade à execução e implantação das estratégias. Na condução dos negócios procuramos integrar os aspectos relacionados a riscos empresariais, reputação da marca, Sustentabilidade e planejamento estratégico.

São estabelecidos critérios que priorizam a Sustentabilidade dos negócios, relacionando-os aos impactos econômicos, sociais e ambientais que representam as estratégias de longo prazo e o nosso posicionamento competitivo.

PILARES DA GESTÃO SUZANO



Figura 1-Pilares da Gestão Suzano
 Fonte: Relatório interno da empresa (2012)

A empresa Suzano tem como a Sustentabilidade a capacidade de permitir que os ciclos de crescimento se renovem o que implica construir as bases para uma expansão que integre operações competitivas, responsabilidade socioambiental e relacionamentos de qualidade, conforme a figura 1.

Esse conceito rege nossas políticas de responsabilidade corporativa, que integram os aspectos de Responsabilidade Social, Saúde e Segurança, Qualidade e Meio Ambiente. Essas políticas são parte do nosso modelo de gestão, que tem como objetivo a contínua construção de uma empresa de excelência, que harmonize a criação de valor com a dignificação do ser humano.

Para consolidar nosso aprendizado, ampliar conhecimentos e potencializar experiências bem-sucedidas alinhou todas as nossas ações ao Plano Diretor de Sustentabilidade, elaborado em 2010 em parceria com o Instituto Eco futuro. O objetivo do plano é a incorporação da Sustentabilidade na estratégia do negócio, para ser reconhecido como referência no tema. Para isso, foi apresentado além do conceito tripple bottom line – ou seja, mais do que contemplar as questões econômica, ambiental e social, o Plano inclui as dimensões inovação, governança e comunicação, trazendo norteadores para ações de todas as áreas da empresa. O plano se traduz ainda em projetos e programas corporativos adaptados às necessidades regionais.

6.2. OBJETIVO DA SUSTENTABILIDADE

O Grupo Suzano que tem por objetivo atuar em ações fundamentais para a prática da gestão da Sustentabilidade: em parceria com FBDS, iniciou em 2006 diversas estratégias para incorporar o sistema Sustentabilidade Corporativa. Em

andamento deste mesmo projeto e forma de atualização foram realizadas várias fontes de estudos, e criado então os chamados planos de trabalhos para que a empresa pudesse ampliar esta adequação sustentável.

Mediante os bons resultados, o Grupo Suzano aperfeiçoou cada vez mais suas práticas de Sustentabilidade corporativa e juntamente com o FBDS, pode contemplar a importância destes resultados para sua empresa.

- A análise de *benchmarks* nacionais e internacionais em Sustentabilidade corporativa;
- A reformulação e criação de comitês e grupos de trabalho focados em Sustentabilidade, tanto na Suzano Holding quanto na Suzano Papel e Celulose S.A. e na Suzano Petroquímica;
- A orientação e o apoio para a utilização das Diretrizes G3 da GRI (*Global Reporting Initiative*) na elaboração de seus Relatórios de Sustentabilidade;
- A promoção da melhoria do processo de resposta ao questionário do ISE Bovespa, bem como avaliação da consistência das respostas apresentadas;
- E, por fim, discussões focando o alinhamento da alta administração do Grupo (holding e empresas operacionais) em relação ao conceito da Sustentabilidade Corporativa.
- E ainda com apoio da FBDS na promoção de ações para maior adequação de seus Relatórios de Sustentabilidade às diretrizes apresentadas pela versão G3 da GRI.

6.3. ETAPAS PARA A DISSEMINAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE

A relação de qualidade é um de nossos valores, refletido nas ações com nossas comunidades de convivência. Para fortalecer esse relacionamento, foi elaborada a Matriz de Desempenho Socioambiental, que reúne ferramentas para diagnosticar e fortalecer o relacionamento em todos os estados onde atuamos, conforme descrito abaixo:

- **Inventário Social**, realizado antes do início de qualquer atividade para prevenir potenciais impactos, identificar os ativos sociais das comunidades e manter um diálogo ativo;

- **Instrumento de Caracterização de Comunidades Tradicionais (ICCT)**, por meio do qual são mapeadas as comunidades dotadas de traços tradicionais adjacentes às nossas propriedades e adotamos práticas de relacionamento com elas, amparados por pesquisas externas e pareceres de antropólogos;
- **Suzano em Campo**, livro que orienta os colaboradores no trato com moradores de convivência de nossas unidades;
- **Diálogos Sociais**, que ocorrem em São Paulo e são um espaço de interlocução da empresa com os diversos atores locais a fim de identificar os impactos socioambientais positivos e negativos decorrentes de nossa atividade na região. Além disso, são utilizados como colaboração para o desenvolvimento sustentável do município, com o desenvolvimento de parcerias e fomento de ações socioambientais;
- **Relacionamento com fornecedores e clientes estratégicos**, pelo qual é realizado o incentivo à adoção de práticas socioambientais junto aos fornecedores, dando preferência à contratação de parceiros locais e disseminando conceitos de Sustentabilidade junto aos principais clientes.

Conforme observado na figura 2, observa-se que o ciclo da Sustentabilidade Corporativa está presente nas ações da empresa e favorece vários blocos que atuam em parceria, visando maximizar resultados e agredir o menos possível os recursos disponíveis no meio ambiente.

Figura 2-Ciclo da Sustentabilidade Corporativa



Figura 1: Sustentabilidade Corporativa

Fonte: Pedroso (2007).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise, percebe-se a importância das empresas para a efetiva prática da Sustentabilidade corporativa, as organizações precisam se policiar em suas formas de trabalho, de forma que as demandas, riscos e oportunidades, inseridos nesta estratégia de negócios, não venham degradar o meio ambiente, além de preparar sua estrutura alinhando entendimento e receptividade de seus setores, e incorporar os conceitos nos processos, sistemas e instrumentos de gestão. Tudo isso sempre com a consideração específica de seu setor e de suas regiões de atuação. Resistir corporativamente hoje e no futuro passa por entender que qualquer organização empresarial faz parte de um todo, que deve ser sustentável para poder evoluir.

Para que todos, inclusive as organizações consigam ter sucesso em seus ambientes interno e externo, estes devem estar em perfeito estado, contando pelo os que a constituí, os seus stakeholders diretos e indiretos (sócios, investidores, enfim), tornando a empresa co-responsável por este processo, juntamente com governos, academia, ONG's e os próprios cidadãos.

Ganhar e gerar ganhos para ambas as partes, de forma clara, transparente e principalmente responsável, isto por que a cobrança pela vida será imediata e um bom trabalho sustentável é viver melhor, investir e ter retorno de Sustentabilidade.

Sendo assim, destaca-se que é de suma importância que as organizações estejam atentas as suas obrigações, direitos, deveres, para que possam se adequar e possuir um produto/serviço de qualidade, geração/aumento de lucro, mas sem se esquecer do meio ambiente que é um bem que pertence à todos.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2006.

GULLBERG, Odd. The role business in tomorrow's society. CSR & ACCOUNTABILITY. N.18. Geneva: SDI, [2006?]. Disponível em: <http://www.sustdev.org>. Acesso em: 11 de junho. 2012.

HAWKEN, Paul; LOVINS, Amory; LOVINS, L. Hunter. **Capitalismo Natural: Criando a Próxima Revolução Industrial**. 3ª ed. São Paulo: Pensamento-Cultrix LTDA, 1999.

LEMME, Celso F. **Sustentabilidade e Finanças**. In: GARDETTI, Miguel A. (Org.). 2005. p.129-169.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

PEDROSO, M.C. **Casos sustentáveis**. *GV-executivo*, São Paulo, v.6, n.2, p.24-29, mar./abr. 2007.

RH. Disponível em <http://www.rh.com.br>. Acesso em: 09 de junho. 2012.

SAVITZ, Andrew W., WEBER, Karl. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental**. Tradução Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SUSTEBTABILIDADE CORPORATIVA. Disponível em: <http://www.sustentabilidadecorporativa.com>. Acesso em: 09 de junho. 2012.

Suzano Holding. Relatório Anual 2004. São Paulo: 2005. Disponível em: http://www.suzanoholding.com.br/rao_2004/portugues/index.html. Acesso em: 09 de junho. 2012.

Suzano Papel e Celulose. Eucalipto cultura e preservação ambiental. São Paulo: 2006. Disponível em: www.suzano.com.br/suzano/home. Acesso em: 09 de junho. 2012.