

**FACULDADE CAPIXABA DE NOVA VENÉCIA - MULTIVIX
ADMINISTRAÇÃO**

**DIRCEU SABADINI
FÁBIO DOS SANTOS
FERNANDO FOERSTE
JUERLY MAXSON BALDON
VICTOR PIANNA MARQUES DE OLIVEIRA**

**A MÁ UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS HÍDRICOS COMO AMEAÇA ÀS
EMPRESAS**

**NOVA VENÉCIA
2016**

DIRCEU SABADINI
FÁBIO DOS SANTOS
FERNANDO FOERSTE
JUERLY MAXSON BALDON
VICTOR PIANNA MARQUES DE OLIVEIRA

**A MÁ UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS HÍDRICOS COMO AMEAÇA ÀS
EMPRESAS**

Projeto Integrador II apresentado ao Programa de Graduação em Administração da Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix, como requisito final para obtenção do grau de Bacharel em Administração.
Orientadora: Prof.^a Thekeane Pianissoli

NOVA VENÉCIA
2016

**DIRCEU SABADINI
FÁBIO DOS SANTOS
FERNANDO FOERSTE
JUERLY MAXSON BALDON
VICTOR PIANNA MARQUES DE OLIVEIRA**

**A MÁ UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS HÍDRICOS COMO AMEAÇA ÀS
EMPRESAS**

Projeto Integrador II apresentado ao Programa de Graduação em Administração da Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix, como requisito final para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovada em de dezembro de 2016.

COMISSÃO EXAMINADORA

**Prof.^a Thekeane Pianissoli
Faculdade Capixaba de Nova Venécia
Professora Orientadora**

**Prof^o
Faculdade Capixaba de Nova Venécia
Membro 1**

**Prof^o
Faculdade Capixaba de Nova Venécia
Membro 2**

A MÁ UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS HÍDRICOS COMO AMEAÇA ÀS EMPRESAS

Dirceu Sabadini¹
Fábio dos Santos²
Fernando Foerste³
Juerly Maxson Baldon⁴
Thekeane Pianissoli⁵
Victor Pianna Marques de Oliveira⁶

RESUMO

O objetivo deste trabalho é levantar alguns questionamentos acerca do tema racionalização de recursos hídricos sob a perspectiva do meio empresarial. Abordar-se-á o poder que a organização empresarial têm de construir uma cultura informal a ser seguida. E como esse poder poderia ser utilizado para influenciar as pessoas que compõem esta mesma organização a racionalizar o uso dos recursos naturais, não apenas na empresa, mas estender estes hábitos até sua casa. Contribuindo desta forma para que os recursos naturais continuem a existir, garantindo a sobrevivência da empresa no meio, garantindo ainda a utilização destes recursos pelas futuras gerações, como prega o conceito de responsabilidade ambiental.

PALAVRAS-CHAVE: Organização. Responsabilidade Ambiental. Racionalização da Utilização. Recursos Hídricos.

ABSTRACT

The objective of this work is to raise some questions on the subject rationalization of water resources from the perspective of the business environment. It will address the power that the business organization must build an informal culture to follow. And how this power could be used to influence the people who make up this same organization to rationalize the use of natural resources, not only in the company but extend these habits to your home. Thus contributing to the natural resources continue to be, ensuring the company's survival in the middle, still ensuring the use of these resources for future generations, and preaches the concept of environmental responsibility.

KEY-WORDS: Organization. Environmental Responsibility. Rational Use. Water Resources.

1 INTRODUÇÃO

As empresas estão inseridas no meio ambiente, e a consciência de que a empresa precisa cuidar deste meio para o futuro de sua própria existência, ainda não é uma prática de todos no meio empresarial. Um exemplo atual, muito específico que estamos vivendo no Espírito Santo, e até mesmo em grande parte de nosso país, é a crise hídrica.

¹ Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix.

² Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix.

³ Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix.

⁴ Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix.

⁵ Professora Orientadora.

⁶ Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix.

A utilização dos recursos naturais de forma racional é uma prática que deveria se desenvolver e ser adotada no cotidiano de todos, inclusive das empresas, e não apenas em períodos de escassez destes mesmos recursos. Uma vez que o funcionamento de uma organização não é prejudicado, mesmo como o racionamento, torna-se perceptível que a utilização racional dos recursos naturais para seu funcionamento é perfeitamente possível.

Práticas agressivas ao meio ambiente têm sido nossa realidade frequente, o que tem distanciado as organizações e a própria sociedade da prática ideal. Desta forma, o objetivo deste trabalho consiste em levantar dados e informações, através de estudo exclusivamente bibliográfico, que permitam refletir sobre a real necessidade de repensar alguns comportamentos e práticas de organizações que poderiam mudar a forma de utilização dos recursos naturais, e como isso afetaria o ambiente em que está inserida e quais esferas esta mudança poderia atingir.

Toda empresa está inserida no macroambiente, composto por seis fatores, sendo eles: demográficos, econômicos, naturais, tecnológicos, políticos e culturais. Tais fatores serão determinantes, desde a instalação da empresa até a sua continuidade e sucesso em seu ramo de atividade. (REZENDE, 2004)

Este estudo irá se aprofundar um pouco mais nos fatores do macroambiente, denominados naturais, que está presente, mesmo de maneiras diferentes, em qualquer meio que uma organização planeje se instalar. E que a organização, ao se instalar, precisa se adaptar a este ambiente, sendo esta adaptação essencial para sua permanência ou continuidade.

Nos últimos anos, os estudiosos ambientalistas têm alertado sobre o futuro da humanidade no planeta Terra, em virtude da produção e consumismo desenfreado. Esse consumo deve ser repensado considerando a exaustão do meio ambiente, bem a capacidade de regeneração do mesmo, ou até mesmo quando o recurso não é renovável, ou seja, a necessidade de conscientização dos limites dos recursos naturais. (BUENO, 2008)

Vem então a pergunta sobre o que os administradores têm em comum com esta relação. Então pode-se apresentar diversas maneiras de relações que temos com o meio ambiente: Considerando a implantação de uma empresa no mercado de trabalho, os empregos gerados, os resíduos gerados e depositados no meio ambiente, os prejuízos que estes resíduos trazem para a população local e quais benefícios esta mesma empresa poderia gerar utilizando recursos de forma consciente, além de repensar o destino de sua geração de resíduos como forma de amenizar o dano causado.

Conscientizando seu público interno de colaboradores, bem como o público externo, ambos consumidores de seus produtos que sua ação não é apenas degradante ao meio ambiente, mas que oferece meios de reduzir os impactos no ambiente, buscando o próprio desenvolvimento de forma sustentável.

2 METODOLOGIA DE PESQUISA

A metodologia de pesquisa pode ser caracterizada como bibliográfica e documental, uma vez que a referida pesquisa terá como sustentação, levantamentos realizados em livros, artigos, revistas e sites. (PRODANOV, 2013).

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos (GIL, 2008). A pesquisa bibliográfica também pode ser definida como uma análise e interpretação para chegar às conclusões, pelo fato desta pesquisa não está restrita apenas aos livros, mas engloba outras fontes como meios de comunicação, artigos, internet, entre outros. (FERRÃO, 2003).

A pesquisa deste trabalho pode ser caracterizada como documental, considerando a consulta em sites do governo para consulta de legislação presente na Constituição Federal (1988), que trata do direito ao meio ambiente equilibrado, que permita a qualidade de vida do ser humano. Levando em conta também, as pesquisas sobre a realidade da crise hídrica no Brasil, de acordo com as matérias jornalísticas e ainda a própria Declaração de Estocolmo, que foi um documento gerado a partir de uma reunião de interesse mundial. Uma vez que “Pesquisa documental é aquela realizada a partir de documentos, contemporâneos ou retrospectivos, considerados cientificamente autênticos”. (GERHARDT e SILVEIRA, 2009, p. 69).

Esta pesquisa utilizou ainda fontes bibliográficas e documentais, objetivando atender o intuito do trabalho, que consiste em fazer uma revisão bibliográfica dos comportamentos de empresas em relação à responsabilidade ambiental, mostrando como as práticas abusivas dos recursos hídricos têm afetado o meio ambiente, comprovando com a bibliografia pesquisada, face às necessidades do equilíbrio do meio ambiente.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 RECURSOS HÍDRICOS E O MACROAMBIENTE

A falta de água é um fator que ocorria com muita frequência na região Nordeste do Brasil. Porém, esta não é a única região afetada pela falta de água. São muitas as atividades prejudicadas pela falta de água, entre elas estão: agricultura, pecuária, bem como a indústria e o próprio comércio.

Em 1972, com a Conferência de Estocolmo, o mundo teve o primeiro contato com a realidade do caráter limitado dos recursos naturais presentes na natureza e explorados pelo homem.

Da Conferência de Estocolmo, originou-se a Declaração da Conferência de ONU - Organização das Nações Unidas - no Ambiente Humano, que proclamou vinte e seis princípios, tendo como objetivo preservar e melhorar o meio ambiente humano em benefício dos seres humanos e sua continuidade.

Dentre tais princípios, alguns anunciam a necessidade de: preservar os recursos naturais da terra; utilizar os recursos não renováveis da terra de forma a evitar o perigo de futuro esgotamento; práticas que não prejudiquem a qualidade de vida; colocar fim ao depósito de substâncias tóxicas ao meio ambiente; apoiar a luta dos povos ou países contra a poluição dentre outras medidas.

Desta maneira, todos, inclusive as empresas, que estão no meio ambiente e utilizam os recursos naturais, precisam participar e contribuir para a preservação do meio ambiente.

De acordo com Rebouças (1997), a crise hídrica seria a marca do século XXI. E hoje, diante da crise hídrica e do desenvolvimento acelerado, o ser humano sente a necessidade de

repensar a exploração destes recursos finitos, face às consequências do desenvolvimento iniciado pelo consumo desenfreado despertado na humanidade.

Em meio a crise econômica que o Brasil tenta atravessar, está a crise hídrica, que têm seus reflexos percebidos de várias maneiras. Como exemplos estão: a baixa na produção de alguns alimentos, a falta de matéria prima para continuidade da produção, o que acaba acarretando redução no quadro de pessoas empregadas, afetando ainda mais o cenário econômico.

Cada um destes acontecimentos afetam diretamente o ambiente onde a organização está inserida. Este ambiente pode ser dividido em dois tipos: macroambiente e microambiente. O macroambiente pode ser definido como:

O macroambiente consiste em forças demográficas, econômicas, físicas, tecnológicas, político-legais e socioculturais que afetam suas vendas e seus lucros. Uma parte importante da coleta de informações ambientais inclui a avaliação do potencial de mercado e a previsão da demanda futura. (KOTLER, 2000, p. 108).

A empresa deve interagir com os fatores do macroambiente para enfrentar possíveis ameaças provenientes dos seus agentes (PINHO, 2001). E ainda prever ou se preparar para “a escassez de matérias-primas, dos maiores custos de energia e dos níveis de poluição e da mudança no papel dos governos no que diz respeito à proteção ambiental” (KOTLER E KELLER, 2005, p. 93).

Partindo do princípio da interação entre a organização e os fatores do macroambiente, uma empresa, ao se instalar em determinado local, precisa estudar os fatores que representam oportunidades e ameaças ao negócio. E no cenário atual, a escassez de recursos hídricos representa uma ameaça aos negócios de forma geral, considerando o racionamento de água até mesmo para o consumo humano.

Quanto ao microambiente é conceituado por Kotler e Armstrong (1998, p.47) da seguinte forma: “consiste em forças próximas à empresa que afetam sua capacidade de servir seus clientes”.

Nestas forças estão presentes os seguintes agentes: empresa, clientes, concorrentes, fornecedores, entre outras variáveis (CHASTON, 1992). Entre estes agentes encontram-se inclusos os agentes reguladores, que regulam as normas que regem as empresas em diversos aspectos, incluindo as legislações.

Uma das legislações brasileiras é a Constituição Federal (1988) garante que o meio ambiente deve estar em condições de uso por todos:

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações. (BRASIL, 1988).

Desta maneira, nota-se que há legislação e garantias a serem respeitadas, como está explicitado através da Constituição (1988) e também da própria Declaração de Estocolmo (1972).

Em meio a tudo isso estão as empresas, responsáveis pela empregabilidade das pessoas, que precisam repensar suas práticas em relação à responsabilidade social. Considerando que a

sociedade, precisa de agentes que preservem o futuro de sua própria sobrevivência, respeitando o meio ambiente, utilizando os recursos naturais de forma racional.

3.2 ORGANIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

As organizações são concebidas como unidades sociais intencionalmente construídas ou reconstruídas, a fim de atingir objetivos específicos. (CHIAVENATO, 2000)

Diante da crescente e real necessidade de adaptação ao meio em que as empresas estão inseridas, no que tange às forças ambientais do macroambiente, faz-se necessário levantar outros aspectos adotados pelas organizações que contribuem para o meio de forma geral, como é o caso da responsabilidade social.

A responsabilidade social é um compromisso que uma organização assume perante a sociedade por meio de atos e atitudes que a afetam positivamente (BASSETO, 2010). Outra concepção, acerca do assunto a ser considerada é:

A responsabilidade social surge como resgate da função social da empresa, cujo objetivo principal é promover o desenvolvimento humano sustentável, que atualmente, transcende o aspecto ambiental e se estende por outras áreas (social, cultural, econômica, política), e tentar superar a distância entre o social e o econômico, obrigando as empresas a repensarem seu papel e a forma de conduzir seus negócios (FRANCISCHINI et al., 2005, p. 24).

A responsabilidade social traz benefícios para a sociedade, principalmente quanto à inclusão. A empresa também ganha com estas atitudes através de suas ações de marketing. Além da responsabilidade social, existe também a responsabilidade ambiental.

A Responsabilidade Ambiental é composta por um conjunto de atitudes, individuais e empresariais voltada para o desenvolvimento sustentável do planeta. Cujo objetivo é a utilização de recursos naturais de forma racional sem redução nos lucros, promovendo o desenvolvimento autossustentável do planeta, das empresas e das pessoas em geral. (GONÇALVES, 2013).

A questão ambiental também é importante e traz benefícios tanto para a sociedade, quanto para a própria empresa, bastando a empresa ter capacidade de se adaptar, de acordo:

A organização precisa ser bastante maleável e adaptável para ajustar-se continuamente às demandas ambientais, não apenas para poder sobreviver em um contexto mutável, mas, principalmente, para acompanhar a realidade externa e garantir o sucesso do negócio. (CHIAVENATO, 2005, p. 287)

A mudança de cenário frente a crise hídrica, deve ser fruto de um esforço cooperativo dos vários segmentos da sociedade. E as empresas, por serem organizações que atingem mais pessoas, têm um papel relevante nesta situação.

Toda organização possui normas informais de conduta que constituem um conjunto de usos e costumes que definem o comportamento correto. O comportamento dos membros da organização é influenciado por essas normas de conduta. (MAXIMIANO, 2000)

Com este cenário, o engajamento das organizações empresariais, com a finalidade de conquistar um consumo racional da utilização da água pelos seus colaboradores, pode ter

reflexo no consumo consciente por cada pessoa que faz parte da mesma, tendo continuidade em suas residências, uma vez que o consumo racional estará impresso na cultura informal da empresa.

No meio organizacional, as mudanças são frequentes e levam as empresas a mudarem constantemente suas práticas habituais. A adequação para utilização dos recursos é uma das muitas mudanças que empresas precisam fazer para agredir menos o meio ambiente, conforme:

Toda organização precisa funcionar como um sistema integrado e coeso, em que todas as suas partes se inter-relacionam intimamente para atuar como uma totalidade a fim de alcançar um determinado objetivo com sucesso. Contudo, organizar não é algo que se faça apenas uma vez. A estrutura organizacional não é permanente e nem definitiva, pois deve ser ajustada e reajustada continuamente sempre que a situação e o contexto ambiental sofram mudanças. Assim, a medida que enfrenta novos e diferentes desafios gerados por mudanças externas, a organização precisa responder adequadamente para ser bem sucedida. (CHIAVENATO, 2005, p. 287)

Percebe-se que as organizações, sejam elas de que natureza forem, têm sua atuação ligada a capacidade de adaptação às novas realidades trazidas pelo meio no qual está inserida. Deste modo, as empresas precisam repensar suas ações, quanto a utilização de recursos naturais, em especial a água, para se manterem vivas e ainda garantir o sucesso em seu ramo de negócios.

A utilização racional dos recursos hídricos não pode ser apenas considerada pelas empresas, como uma ameaça do macroambiente. Mas sim como uma reação deste ambiente as ações das organizações, que nos forçam a uma adaptação de melhor utilização dos recursos naturais. O progresso e o desenvolvimento precisam ocorrer de maneira sustentável. Sem que seja necessário poluir a ponto de exaurir a fonte de recursos naturais em prol do sucesso dos negócios.

3.3 SUSTENTABILIDADE

Em meio à crise hídrica que se vive no Brasil na atualidade, e diante da necessidade iminente de mudança, precisa-se que os processos produtivos sejam sustentáveis, garantindo a existência de recursos, para continuidade da própria atividade econômica desenvolvida. O que têm alertado o meio empresarial para mudanças de hábitos que levem à prática da sustentabilidade no cotidiano empresarial. A sustentabilidade pode ser definida como:

A sustentabilidade traz uma visão de desenvolvimento que busca superar o reducionismo e estimula um pensar e fazer sobre o meio ambiente diretamente vinculado ao diálogo entre saberes, à participação, aos valores éticos como valores fundamentais para fortalecer a complexa interação entre sociedade e natureza. (JACOBI, 2003, p. 203).

A sustentabilidade é baseada num tripé, composto por pilares econômicos, sociais e ambientais. Porém, a conciliação destas três variáveis não é algo simples de se alcançar na corrida do progresso, uma vez que envolve objetivos contraditórios. (MARTINI E ALVES, 2015).

O consumo é gerado por desejos, muitas vezes despertado nos clientes pelo marketing empresarial já voltado para esse objetivo. Esses desejos nem sempre são necessidades reais dos consumidores. O marketing enxerga as necessidades de forma lucrativa da seguinte maneira:

O trabalho de marketing é converter as necessidades cambiantes das pessoas em oportunidades lucrativas para as empresas. Seu objetivo é criar valor pela oferta de soluções superiores, reduzindo o tempo consumido pelos compradores em pesquisas e transações e proporcionando padrão de vida mais elevado a toda a sociedade (KOTLER, 2003, p. 11).

Esses desejos acarretam o consumo desenfreado. Onde as pessoas estão sempre na busca por algo novo. E a indústria, sabendo disso, está sempre produzindo, antecipando as necessidades dos consumidores.

A consequência desse consumo é a produção exagerada de lixo, em quantidade que o meio ambiente não é capaz de suportar. Criando o conflito entre o crescimento econômico das organizações que ofertam produtos, e a tão sonhada sustentabilidade, que prega o equilíbrio entre o desenvolvimento econômico e o equilíbrio ecológico.

Não se pretende com este trabalho, que as pessoas deixem de consumir, de terem desejos, muito menos pormenorizar a atividade do marketing. Mas de repensar o sentido desses desejos e seus efeitos no meio ambiente. Pois disso depende a continuidade da existência dos recursos naturais do planeta e do próprio ser humano.

O consumo precisa ser analisado e estudado, inclusive pelo próprio consumidor. Revendo as maneiras de descartar os bens e produtos que não utiliza mais, de forma que cause menor impacto ambiental.

Os recursos hídricos, presentes de forma finita no meio ambiente, estão cada vez mais escassos devido à má utilização por parte de todos os usuários. As organizações empresariais, por fazerem parte do meio social, têm um papel importante na utilização racional destes recursos, uma vez que almejam o desenvolvimento, porém precisam explorar o meio ambiente de forma consciente.

Esse consumo está previsto na ECO 92 (ONU, 1992), que proclamou entre outros princípios, que o direito ao desenvolvimento deve ser exercido permitindo que as necessidades de desenvolvimento e de meio ambiente das gerações presentes e futuras sejam atendidas de forma justa e igualitária.

Dessa forma, a exploração do meio ambiente, apesar de permitida a cada país, dentro de legislações próprias, não podem extrapolar os limites de regeneração ambiental, garantindo assim, que as futuras gerações tenham a oportunidade de também usufruir destes recursos.

4 RESULTADOS

O levantamento bibliográfico e documental desta pesquisa permitiu auferir que as discussões acerca da sustentabilidade existem a algum tempo, que muitos países reconhecem sua importância, a exemplo da Conferência em Estocolmo em 1972, e têm continuado esta discussão a exemplo da ECO 92, Agenda 21 e Protocolo de Kyoto.

Isso mostra uma preocupação mundial com o futuro da humanidade, em relação às condutas que devem ser adotadas, com a finalidade de corrigir danos causados ao meio ambiente. Onde os diversos segmentos da sociedade devem, conjuntamente, refletir sobre as consequências do consumo, bem como das maneiras de descarte dos bens e produtos utilizados.

As organizações utilizam as forças, definidas no macroambiente, para traçar seus objetivos, fazendo análise do cenário através do levantamento de oportunidades e ameaças, que podem hora contribuir, hora prejudicar os objetivos do negócio.

A partir destas considerações, analisando o fator natural presente no macroambiente, as organizações, até a atualidade, contava como uma força positiva, considerando a existência de insumos para a produtividade de bens e serviços.

Com a corrida capitalista para o desenvolvimento, o meio ambiente, bem como seus recursos, não foram racionalmente explorados. E de agora para o futuro, há incertezas, o que transforma o fator natural em uma ameaça ao negócio das organizações.

Sendo assim, há que se pensar em uma forma de remediar os danos causados por esta situação. Tanto quanto, repensar a utilização, para garantir a existência do negócio. Pois se o progresso custar o fim do meio em que as organizações estão inseridas, se dá obviamente, o fim destas.

Outra preocupação da comunidade mundial é a emissão de gases, principalmente pelos países desenvolvidos. Dessa preocupação, nasceu o Protocolo de Kyoto, que pretendia a redução desta poluição que provocam o efeito estufa. (MATTER, 2013).

Todos estes dispositivos, mostram, através da preocupação das nações do mundo, como a humanidade e seu desenvolvimento têm desrespeitado o meio ambiente. E este desrespeito tem levado a consequências que podem ser irreversíveis.

5 CONCLUSÃO/CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se que a má utilização dos recursos naturais, em especial aquelas voltadas para os hídricos, têm consequências presentes e futuras que podem não ser reversíveis. As organizações têm um importante papel para melhorar este título de má utilização, transformando essa realidade em um processo de racionalização da utilização deste recurso.

Em um curso de administração, muito se discute sobre a lucratividade, maximização dos resultados, cenário econômico onde a empresa está ou será inserida. Porém, devemos analisar de forma sistêmica, para que em detrimento de um objetivo, outros não fiquem comprometidos.

De acordo com a visão de Kotler. (2003), uma das funções da empresa é permitir que as pessoas tenham um padrão de vida mais elevado através da oferta de produtos que atendam suas necessidades de consumo.

No entanto, esse padrão de vida tem um custo ambiental, que nos remete ao conceito de responsabilidade ambiental. Onde muitas vezes a sociedade cobra das organizações e do governo, porém, a responsabilidade, seja ela social ou ambiental, é dever de todos os segmentos da sociedade.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 BASSETTO, Luci Ines. **A incorporação da responsabilidade social e sustentabilidade:** um estudo baseado no relatório de gestão 2005 da companhia paranaense de energia-COPEL. *Gestão & Produção*, v. 17, n. 3, p. 639-651, 2010.
- 2 BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em 28 out.2016.
- 3 BUENO, Chris. **A insustentável sociedade de consumo.** *ComCiência*, Campinas, n. 99, 2008 . Disponível em <http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542008000200002&lng=es&nrm=iso>. Acesso em 02 nov. 2016.
- 4 CHASTON, I.. **Excelência em marketing:** como gerenciar o processo de marketing buscando um melhor desempenho organizacional. São Paulo: Makron Books, 1992.
- 5 CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** 6 ed. Rio de Janeiro. Campus. 2000.
- 6 CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos.** Elsevier Brasil, 2005.
- 7 DINIZ, Iara. RIBEIRO, Wesley. **Crise hídrica no ES exige adoção de medidas urgentes de economia, 2016.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/espirito-santo/noticia/2016/09/crise-hidrica-no-es-exige-adocao-de-medidas-urgentes-de-economia.html>> Acesso em: 20 out. 2016.
- 8 FERRÃO, Romário Gava. **Metodologia científica para iniciantes em pesquisa/** Linhares, ES: Unilinares, Incaper, 2003.
- 9 FRANCISCHINI, Andresa Silva Neto et al. **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades.** São Paulo: Peirópolis: Instituto Ethos, 2005.
- 10 GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa.** LAGEDER, 2009.
- 11 GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- 12 GONÇALVES, Cristiane Gomes. **Responsabilidade socioambiental como fator de competitividade:** estudo de caso em uma empresa do setor sucroalcooleiro no Brasil, 2013.
- 13 JACOBI, Pedro et al. **Educação ambiental, cidadania e sustentabilidade.** *Cadernos de pesquisa*, v. 118, n. 3, p. 189-205, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-15742003000100008&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 02 nov. 2016.
- 14 KOTLER, Philip. **Administração de marketing.** 10 ed. São Paulo; Prentice Hall, 2000.

- 15 _____ . **Marketing de A a Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- 16 KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.. **Princípios de marketing.** 7 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.
- 17 KOTLER, P.; KELLER, D. **Administração de Marketing.** São Paulo: Pearson, 2005.
- 18 MARTINE, George; ALVES, José Eustáquio Diniz. **Economia, sociedade e meio ambiente no século 21: tripé ou trilema da sustentabilidade?**. Revista Brasileira de Estudos de População, v. 32, n. 3, p. 433-460, 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-30982015000300433&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 02 nov. 2016.
- 19 MATTER, Danil. **Protocolo de Kyoto.** ÁGORA Revista Eletrônica, n. 1, 2013.
- 20 MAXIMIANO. Antônio César Amaru. **Introdução à administração.** São Paulo. Atlas, 5 ed. 2000.
- 21 ONU. **Declaração de Estocolmo de 1972.** Disponível em: <www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/_arquivos/estocolmo.doc>. Acesso em: 02 nov 2016.
- 22 **Pequenas empresas são as primeiras a sentirem o impacto da crise da água, 2016.** Disponível em : <http://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/03/politica/1422968102_461190.html>. Acesso em: 20 out. 2016.
- 23 PINHO, José Benedito. **Comunicação em marketing.** Papyrus Editora, 2001.
- 24 PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2. ed. Editora Feevale, 2013.
- 25 REBOUÇAS, Aldo da C. **Água na região Nordeste: desperdício e escassez.** Estudos Avançados, v. 11, n. 29, p. 127-154, 1997. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141997000100007>. Acesso em: 01 nov. 2016.
- 26 REZENDE, Otávio. **Planejamento estratégico.** 2004.
- 27 **Veja a lista de municípios que estão com racionamento de água, 2016.** Disponível em: <http://www.gazetaonline.com.br/_conteudo/2016/09/noticias/cidades/3978003-veja-a-lista-de-municipios-que-estao-com-acionamento-de-agua.html>. Acesso em : 20 out. 2016.