
SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	IX
INTRODUÇÃO.....	XI
LISTA DE FIGURAS.....	XV
LISTA DE TABELAS.....	XVII
SIGLAS.....	XIX
PARTE I	
O AMBIENTE DA SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL	1
VISÃO GERAL	3
<i>CAPÍTULO 1</i>	
AS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS E O CONTEXTO	
SOCIOAMBIENTAL.....	5
1.1 Elementos do Meio Ambiente	5
1.2 Sociedade Sustentável	7
1.3 Desenvolvimento Sustentável	8
1.4 Engajamento das Empresas.	9
1.5 Sustentabilidade dos Produtos	11
1.6 Os RS	12
1.7 Recursos Hídricos – Exemplo de Escassez dos Recursos Naturais.	13
1.8 Poluição do Meio Ambiente	14

XXII ✦ Estrutura da Sustentabilidade Empresarial

1.9	Camada de Ozônio	15
1.10	Aquecimento Global	16
 <i>CAPÍTULO 2</i>		
AS FACES DA SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL		19
2.1	Metas do Milênio	20
2.2	Crise Ambiental	23
2.3	Sustentabilidade Empresarial.	23
2.4	<i>Tripple Bottom Line</i>	25
2.5	Pirâmide da Sustentabilidade Empresarial.	25
2.6	Empresa Sustentável	28
 <i>CAPÍTULO 3</i>		
A FACE DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL		31
3.1	Comportamento Ético.	33
3.2	<i>Stakeholders</i>	33
3.3	Vetores da Responsabilidade Social	34
3.4	Responsabilidade Social no Brasil.	36
3.5	Desafios à Implementação da RSE.	38
 <i>CAPÍTULO 4</i>		
A FACE DA GESTÃO AMBIENTAL EMPRESARIAL		41
4.1	Poluição	41
4.2	Resíduos.	42
4.3	Poluentes	42
4.4	Fontes Poluidoras.	43
4.5	Recursos Naturais	43
4.6	Impacto Ambiental.	45
4.7	Aspectos Ambientais	45

4.8	Abordagens do Gerenciamento da Poluição	45
4.9	Controle da Poluição.	45
4.10	Prevenção da Poluição	46
4.11	Sistemas de Gestão Ambiental	49
4.12	Abordagem do Ciclo de Vida dos Produtos	50
4.13	Produção Mais Limpa	53
4.14	Série ISO 14000	58
4.15	Sistemas Integrados de Gestão	60
4.16	Ecoeficiência	63
4.17	<i>Ecodesign</i>	64

CAPÍTULO 5

A FACE DO <i>MARKETING</i> AMBIENTAL	67
5.1 Consumo.	68
5.2 Mudança no Comportamento dos Consumidores	69
5.3 Decisão de Compra.	70
5.4 Fortalecimento de Imagem	72
5.5 Comunicação	72
5.6 Atividades do <i>Marketing</i> Ambiental.	74
5.7 Produtos Verdes	74
5.8 Consumidores Corporativos	75
5.9 Objetivos do <i>Marketing</i> Ambiental	79

CAPÍTULO 6

EDUCAÇÃO AMBIENTAL - BASE DA SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL	83
6.1 Projetos e Programas de Educação Socioambiental	84

XXIV ♦ Estrutura da Sustentabilidade Empresarial

6.2	Ações de Educação Socioambiental	84
6.3	Histórico das Ações de Educação Ambiental	85
6.4	Histórico das Ações de Educação Ambiental no Brasil	90
6.5	Educação Ambiental Empresarial	93

PARTE II

INFRAESTRUTURA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	97
VISÃO GERAL	99

CAPÍTULO 7

INFRAESTRUTURA: ENERGIA	101
7.1 Energia Elétrica	102
7.2 Geração de Energia Elétrica no Brasil	104
7.3 Energia Hidráulica	105
7.4 Fontes Alternativas: Renováveis e Não Renováveis	105
7.4.1 Energia Solar	106
7.4.2 Biomassa	107
7.4.3 Eólica	108
7.4.4 Combustíveis Fósseis	108
7.4.5 Petróleo	108
7.4.6 Gás Natural	109
7.4.7 Carvão	109
7.4.8 Energia Nuclear	109
7.5 Participação das Fontes Renováveis e Não Renováveis na Capacidade Instalada	110

7.6	Transmissão de Energia Elétrica	111
7.7	Distribuição de Energia Elétrica	111

CAPÍTULO 8

INFRAESTRUTURA: SANEAMENTO AMBIENTAL	113	
8.1	Salubridade Ambiental	115
8.2	Abastecimento de Água	119
8.3	Esgotamento Sanitário	125
8.4	Resíduos Sólidos	128
8.5	Coleta Seletiva de Lixo	130
8.6	Reciclagem de Materiais	131

CAPÍTULO 9

INFRAESTRUTURA: TRANSPORTE	133	
9.1	Transporte Aéreo	134
9.2	Transporte Aquaviário	135
9.3	Transporte Ferroviário	135
9.4	Transporte Rodoviário.	136
9.5	Relação entre as Modalidades Aérea, Aquaviária, Ferroviária e Rodoviária	137
9.6	Indicadores da Eficiência do Transporte	138
9.7	Acidentes Provenientes do Trânsito	141
9.8	Crescimento Urbano e Gestão do Sistema de Transportes.	143
CONCLUSÃO	147	
REFERÊNCIAS	151	
GLOSSÁRIO	165	

