

Clarice Vepo do Nascimento Welter
Universidade Regional do Noroeste do Estado do
Rio Grande do Sul
Clarice_vepo@hotmail.com

Cristiane Ivete Bugs Vione
Universidade Regional do Noroeste do Estado do
Rio Grande do Sul
cristianevione@gmail.com

Sandra Beatriz Vicenci Fernandes
Universidade Regional do Noroeste do Estado do
Rio Grande do Sul sandravf@unijui.edu.br

Leonir Terezinha Uhde
Universidade Regional do Noroeste do Estado do
Rio Grande do Sul uhde@unijui.edu.br

INTERNALIZAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES: SOMENTE UMA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS?

RESUMO

O objetivo do presente estudo é realizar uma discussão sobre a sustentabilidade ambiental no âmbito empresarial, abordando não somente sua relevância como estratégia competitiva para que as organizações se mantenham no mercado, mas fundamentalmente, como a necessidade de uma postura ética perante a sociedades. Trata-se de uma pesquisa exploratória de natureza qualitativa, cujos procedimentos técnicos envolvem pesquisa bibliográfica em obras de referência sobre o tema. O estudo se justifica pela falta de clareza do papel da sustentabilidade empresarial, que transcende o mero cumprimento à legislação ambiental e impõe o desafio não só de manter o negócio sustentável, mas também de desenvolver uma visão ética que resulte em respeito aos limites ambientais, considerando o seu legado para as gerações futuras, garantindo a manutenção da integridade dos ecossistemas e dos serviços ambientais.

Palavras-chave: Desenvolvimento sustentável. Responsabilidade socioambiental. Sustentabilidade empresarial. Sustentabilidade econômica. Vantagem competitiva.

INTERNALIZATION OF SUSTAINABILITY IN ORGANIZATIONS: ONLY A BUSINESS OPPORTUNITY?

ABSTRACT

The objective of the present study is to conduct a discussion about environmental sustainability in the business environment, addressing not only its relevance as a competitive strategy for organizations to remain in the market, but fundamentally, as the need for an ethical stance towards societies. It is an exploratory research of a qualitative nature, whose technical procedures involve bibliographical research in reference works on the subject. The study is justified by the lack of clarity of the role of corporate sustainability, which transcends mere compliance with environmental legislation and imposes the challenge not only of maintaining a sustainable business, but also of developing an ethical vision that results in respect for environmental limits, considering their legacy for future generations, ensuring the maintenance of the integrity of ecosystems and environmental services.

Keywords: Sustainable development. Socio-environmental responsibility. Corporate sustainability. Economic sustainability. Competitive advantage.

1. INTRODUÇÃO

A sustentabilidade tem como premissa o reconhecimento da assimetria entre a dimensão econômica, social e ambiental do padrão de desenvolvimento atual. Para as organizações o tema sustentabilidade representa um enorme desafio, uma vez que os processos de produção e consumo é seu objeto maior. Produção e consumo estão no centro dos processos produtivos e da preocupação com a sustentabilidade. Compete a elas, portanto um papel de protagonismo na liderança de ações voltadas a reversão do atual quadro de crescente insustentabilidade planetária.

As empresas, públicas ou privadas, devem atentar para que o desenvolvimento de suas atividades seja sustentável, preocupando-se com o meio ambiente. Normalmente a sustentabilidade tem sido compreendida como parte de uma estratégia comercial e de marketing gerando vantagem competitiva para as organizações, aliando colaboradores, clientes e fornecedores. É um conceito muito explorado pelas empresas para mostrar que o produto foi fabricado sem prejudicar, ou atenuando danos ao meio ambiente, sendo neste caso, alçado a categoria de ecologicamente correto. Torna-se evidente, portanto que aos olhos da sociedade a sustentabilidade ambiental é um dos suportes da sustentabilidade empresarial.

No que se refere a aspectos ambientais, há entendimento consensuado de que as organizações precisam seguir as orientações dos órgãos responsáveis e cumprir a legislação ambiental, mas acima de tudo contribuir efetivamente com práticas que reduzam os impactos socioambientais de suas atividades,

práticas estas essenciais para a continuidade dos negócios hoje desempenhados, pois a escassez de recursos e os desequilíbrios no meio ambiente podem resultar em reações em cadeia com prejuízos a toda sociedade.

Do ponto de vista econômico, há um conjunto de indicativos que permitem afirmar que empresas que não praticarem negócios sustentáveis estarão fora do mercado em pouco tempo. Portanto, a sustentabilidade, tem sido interpretada como pilar essencial para a longevidade de qualquer organização.

Na visão do Conselho Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável, “a dinâmica do desenvolvimento sustentável aplicada aos negócios das empresas, nos mais diversos setores, é o que concretiza de fato o conceito de ‘sustentabilidade’ e é capaz de repercutir sobre aspectos cruciais visando à manutenção, continuidade e sobrevivência dos negócios”.

As empresas devem ter a preocupação em se manterem sustentáveis economicamente, porém sem degradar o meio ambiente, pois se assim o fizerem correm o risco de perderem espaço no mercado, sendo a empresa rejeitada pelo seu público. Nesse contexto a preocupação com o crescimento sustentável gera maior vantagem competitiva e uma boa reputação perante seus clientes e sociedade em geral.

Embora predomine a visão de sustentabilidade dos negócios, Zuini (2016), expressando a visão da Escola Superior de Propaganda e Marketing sinaliza que “ser uma empresa sustentável não significa só economizar papel ou substituir os copinhos plásticos. Um negócio sustentável seria aquele que garante o

equilíbrio do meio ambiente e usa procedimentos éticos”.

O que predomina, na realidade, apesar de tantos esforços teóricos, é a falta de consenso sobre o significado atribuído à sustentabilidade. As inúmeras definições levam à argumentação de que sustentabilidade é um conceito sem significado claro e com muitos significados ao mesmo tempo (CLARO; CLARO; AMÂNCIO, 2008). Nesse sentido, Veiga (2005) compara a definição do termo sustentabilidade ao conceito de democracia. Mesmo havendo discordâncias sobre o que é democracia, o termo carrega consigo um significado essencial que é substantivo e importante e, portanto, admite múltiplas interpretações.

“A sustentabilidade não é, e nunca será, uma noção de natureza precisa, discreta, analítica ou aritmética, como qualquer positivista gostaria que fosse. Tanto quanto a ideia de democracia – entre muitas outras ideias tão fundamentais a evolução da humanidade, ela sempre será contraditória, pois nunca poderá ser encontrada em estado puro” (VEIGA, 2005 p. 165).

Em que pese as múltiplas interpretações acerca da sustentabilidade, o ponto de convergência tem origem na definição da Comissão Brundtland (CMMAD, 1991): Considerando que o conceito de sustentabilidade sugere um legado permanente de uma geração a outra, para que todas possam prover suas necessidades. A sustentabilidade, ou seja, a qualidade daquilo que é sustentável, passa a incorporar o significado de manutenção e conservação permanente dos recursos naturais para assegurar os serviços ecossistêmicos.

Também chamados de serviços ambientais, os serviços ecossistêmicos são os bens ou serviços que a natureza e seus

ecossistemas fornecem ao homem e que são indispensáveis para sua sobrevivência, estando associadas principalmente à qualidade de vida e ao bem-estar da sociedade. Portanto, o fator limitante maior é o meio ambiente como produtor de serviços ecossistêmicos e não como produtor de matérias-primas não renováveis, uma vez que tais serviços não são substituíveis por capital e, por conseguinte, incompatíveis com a lógica de mercado.

Isso exigiria, num primeiro momento, avanços científicos e tecnológicos que ampliem permanentemente a capacidade de utilizar, recuperar e conservar esses recursos, mas, sobretudo novos conceitos de necessidades humanas para aliviar as pressões da sociedade sobre eles (BARBIERI, 2003).

No tocante as empresas, embora muitas tenham incluído a busca pela sustentabilidade em suas missões e visões, ainda são raras as reconhecidas como exemplo a ser seguido nesse campo. “Apesar do maior engajamento do setor empresarial às iniciativas de sustentabilidade, ainda representam um percentual pequeno nos negócios”. O Pacto Global das Nações Unidas, por exemplo, conta com aproximadamente 12.000 empresas signatárias em 150 países, de um total de 80.000 multinacionais e milhões de pequenos negócios. O Pacto é uma iniciativa com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para a adoção, em suas práticas de negócios, de valores fundamentais e internacionalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção (REDE, 2013).

Diante do exposto, a problemática abordada nesse trabalho se origina da

preocupação das organizações em se manterem no mercado cada vez mais competitivo, garantindo sua sustentabilidade econômica, ao mesmo tempo em que consideram a preservação do ambiente e de seus recursos naturais, investindo em práticas sociais que promovam o bem estar da sociedade em geral, garantindo vida digna a seus membros.

A justificativa para realização deste estudo se dá pela falta de clareza do papel da sustentabilidade empresarial, que transcende o mero cumprimento à legislação ambiental e impõe o desafio não só de manter o negócio sustentável, mas também de desenvolver uma visão ética que resulte em respeito aos limites ambientais, considerando o seu legado para as gerações futuras, garantindo a manutenção da integridade dos ecossistemas e dos serviços ambientais.

Portanto, tem como objetivo realizar uma discussão sobre a sustentabilidade ambiental no âmbito empresarial, abordando não somente sua relevância como estratégia competitiva para que as organizações se mantenham no mercado, mas fundamentalmente, como a necessidade de uma postura ética perante a sociedades.

Este artigo está estruturado em três partes além desta introdução. Na primeira parte são apresentados os procedimentos metodológicos. Na sequência são apresentadas discussões sobre a sustentabilidade em organizações e sobre os desafios e perspectivas da sustentabilidade para as empresas e por fim as considerações finais.

2. METODOLOGIA

Este trabalho teve o propósito de discutir a extensão do conceito de sustentabilidade às organizações. Trata-se de uma pesquisa exploratória de natureza qualitativa, cujos

procedimentos técnicos envolvem pesquisa bibliográfica em obras de referência sobre o tema. A pesquisa bibliográfica segundo Gil (2008, p.50), “é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Para se alcançar o objetivo do presente estudo foi realizada uma pesquisa bibliográfica em livros, teses, dissertações e artigos científicos, foram metodologicamente utilizados estudos teóricos exploratórios que abordaram a incorporação da noção de sustentabilidade como vantagem competitiva, trazendo argumentações e confrontando ideias de diferentes autores, para assim realizar uma reflexão sobre os temas supracitados. A seguir são apresentados os resultados dessa pesquisa bibliográfica.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Sustentabilidade e organizações

Em decorrência dos grandes avanços tecnológicos da atualidade, o atual modelo de consumo e produção vigente, que tem como principal objetivo a lucratividade a qualquer preço, fez com que a exploração de recursos se intensificasse, causando grandes impactos, que afetam drasticamente os diversos compartimentos ambientais. Neste contexto, as organizações têm grande responsabilidade na internalização de alternativas em direção a uma socioeconomia de maior nível de sustentabilidade.

A noção mais ampla de sustentabilidade pode ser entendida como a manutenção do equilíbrio, ao longo do tempo dos recursos ambientais, que seja capaz de suprir as necessidades humanas das gerações presentes e futuras, a qual está alinhada ao conceito de

desenvolvimento sustentável difundido pela Comissão de Brundtland (CMMAD, 1991).

De acordo com o documento, todo desenvolvimento deveria se orientar pela noção de que os recursos naturais são uma herança a ser deixada para as gerações futuras e que por isso devemos protegê-los e usá-los com consciência. Embora o senso comum atribua a esse momento histórico a emergência da noção de sustentabilidade, sua história data de mais de 400 anos, aplicada no âmbito do manejo de florestas na Alemanha (BOFF, 2012).

Numa visão sintética Nascimento (2012) atribui à noção de sustentabilidade duas origens. A primeira, na biologia, por meio da ecologia. Refere-se à capacidade de recuperação e reprodução dos ecossistemas (resiliência) em face de agressões antrópicas. A segunda, na economia, como adjetivo do desenvolvimento, em face da percepção crescente ao longo do século XX de que o padrão de produção e consumo em expansão no mundo, sobretudo no último quarto desse século, não tem possibilidade de perdurar.

Pinheiros (2006) apregoa que a responsabilidade pelo desenvolvimento sustentável está repartida entre governos, organizações e sociedade. O autor enfatiza a importância do papel das empresas neste cenário, visto que possuem recursos financeiros e tecnológicos, além de competência institucional e visão de longo prazo para solucionar seus problemas ambientais. Cabe às empresas, mobilizar sua capacidade de empreender e de criar para descobrir novas formas de produzir bens e serviços que gerem mais qualidade de vida para mais gente, com menos quantidade de recursos naturais (ALMEIDA, 2002).

A noção de sustentabilidade no contexto das organizações foi difundida na ancoragem em três pilares ou dimensões indissociáveis, a social, econômica e ambiental. É o famoso tripé chamado de *Triple Bottom Line*, criado em 1990 pelo britânico John Elkington, fundador da ONG *SustainAbility* (BOFF, 2012). A dimensão ambiental supõe que o modelo de produção e consumo seja compatível com a base material em que se assenta a economia, como subsistema do meio natural (NASCIMENTO, 2012). Ou seja, deve-se produzir e consumir de forma a garantir que os ecossistemas possam se recuperar, focando em condutas que minimizem os impactos no meio ambiente.

A dimensão econômica supõe o aumento da eficiência da produção e do consumo com economia crescente de recursos naturais, com destaque para recursos permissivos como as fontes fósseis de energia e os recursos frágeis e mal distribuídos, como a água e os minerais. Nesse sentido é evidente que o desenvolvimento econômico não deve existir às custas de um desequilíbrio ambiental.

E por fim, a dimensão social, que é a preocupação em que todos os membros da sociedade vivam em condições dignas. Uma sociedade sustentável supõe que todos os cidadãos tenham o mínimo necessário para uma vida digna e que ninguém absorva bens, recursos naturais e energéticos que sejam prejudiciais a outros (NASCIMENTO, 2012).

De acordo com Boff (2012), esse modelo não resiste a uma crítica séria, uma vez que na linguagem política dos governos e das empresas, desenvolvimento equivale ao Produto Interno Bruto (PIB) dependente de taxas positivas de

crescimento anuais. Vale sempre lembrar que um planeta finito não suporta um projeto infinito!

Como então a sustentabilidade se relaciona com o desenvolvimento econômico, mais especificamente com as organizações? Historicamente, o senso comum atribui o sucesso das organizações como atrelado apenas a seus resultados financeiros. Matias (2015) ilustra muito claramente essa visão. Segundo ele, desde Adam Smith, economistas acreditam que o intuito das empresas não é o de promover o bem comum, o que seria papel do Estado,

“...mas sim o de conhecer as necessidades de mercado a fim de obter lucros. Não se deve esperar que as empresas comportem-se de uma maneira que não irá beneficiá-las. Se não houver nenhuma lógica econômica em seus atos, as empresas estariam violando a sua missão básica de gerar lucros e crescimento financeiro. Para que as empresas adotem ações ambientais e sociais que vão além da conformidade regulamentar, é preciso que tenham uma razão econômica para fazê-lo.” (MATIAS 2015, p.105)

Pelo exposto evidencia-se a existência de uma diversidade de posições acerca da visão de sustentabilidade adotada pelas organizações, consideradas entre extremos. Por um lado, surgem negócios inovadores para atender às demandas por soluções capazes de prover bem-estar e benefícios socioambientais às pessoas, considerando limites ambientais. Por outro, não faltam empresas cujos resultados ainda estão atrelados a agressões à natureza, evasão de obrigações legais, abuso de trabalhadores e exploração da boa-fé dos consumidores. Na prática, a maioria dos negócios equilibra-se entre estes extremos: o desejo de se manter atualizado e competitivo versus as pressões da sociedade e do mercado real (BELINK, 2016).

Em relação às organizações Belink (2016) categoriza três estágios evolutivos de interpretação da sustentabilidade. A primeira corresponde ao período entre os anos 70 e 90, refere-se ao reconhecimento do problema, decorrente do estilo de produção e consumo da época, o qual não poderia continuar. É o momento em que a agenda da sustentabilidade ganha progressiva relevância.

O segundo momento, entre 1992 e 2012, é quando a agenda começa a ser assimilada e pensada na organização e as ações estratégicas são integradas e entram em prática. Esta fase corresponde a uma visão holística e uma conduta proativa e transparente, voltadas à reflexão sobre os potenciais impactos de seus negócios, levando em conta não só seus próprios interesses, mas também os de outros possíveis afetados pelas suas práticas.

O terceiro momento corresponde ao vivenciado atualmente. Ele representa uma evolução do estágio anterior em que os processos encontram-se assimilados de modo que se diluem na empresa. As ações não são mais definidas como práticas isoladas de caráter sustentável, mas como o modo de pensar da organização. Não se trata mais de apenas incorporar uma agenda abrangente, mas sim de conceber e planejar o futuro da empresa considerando um amplo conjunto de fatores voltados à sustentabilidade.

Ainda, de acordo com Belink (2016), alguns mecanismos desse novo momento tendem a se multiplicar, ganhar relevância e oferecer o suporte necessário às corporações para atuarem de forma eficiente e responsável. Trata-se das ferramentas para análise de ciclo de vida de produtos e serviços, esquemas de comércio de emissões de gases de efeito estufa, instrumentos para gestão de

territórios ou de cadeias de valor, metodologias para valoração de serviços ambientais, investimentos de impacto, negócios sociais, inovação para a sustentabilidade e relatos integrados.

Como bem assinala Foladori (2001), prevalece a dimensão técnica implicada no conceito de sustentabilidade recaindo sobre os processos tecnológicos a “mágica tarefa” de reconstruir o que foi degradado pela cultura capitalista do consumismo. Embora seja imperativo considerá-la, como condição necessária, é, porém, insuficiente.

A ênfase à vertente técnica da sustentabilidade tem como denominador comum os limites físicos com os quais nos defrontamos. Entretanto, “a sociedade humana, antes de se deparar com limites naturais ou físicos, está frente a frente com contradições sociais” (p.17). A apropriação dos recursos é assimétrica, sendo apropriada por pequena parcela ao passo que as externalidades do atual modelo, na forma de degradação dos sistemas de sustentação da vida, são amplamente compartilhadas.

Portanto, as ideias de crescimento econômico não podem de maneira alguma, contrapor-se à noção de sustentabilidade de modo que as organizações necessitam urgentemente adotar práticas sustentáveis, mesmo que restritas à dimensão técnica, em todas as suas ações, mantendo políticas responsáveis de administração, buscando fontes renováveis de produção e promovendo ações que priorizem e protejam a sociedade e o meio ambiente.

Sendo assim, a sustentabilidade ambiental tem como princípio norteador a preservação do meio ambiente, o equilíbrio ecológico que garanta as condições de vida para os seres humanos, a fauna e a flora e, mais especificamente, a utiliza-

ção sustentável dos recursos naturais por parte das empresas.

Nesse contexto a preocupação primordial é com a manutenção dos *serviços ambientais*, que estão gradativamente sendo comprometidos devido à crescente demanda da economia, a busca interminável de bens de consumo e a utilização desenfreada dos recursos naturais, surgindo assim inquietações de como poderemos manter um crescimento de modo sustentável que nos permita evoluir sem destruir.

Essas preocupações fizeram surgir um corpo de políticas e programas que tentam regular as atividades que comprometem os pressupostos da sustentabilidade e assegurar às gerações presentes e futuras um planeta menos frágil, capaz de assegurar qualidade de vida às populações bem como, recuperar parte dos seus ecossistemas, responsáveis pelos serviços ambientais dos quais todas as formas de vida são dependentes.

3.2 Desafios e perspectivas da sustentabilidade para as empresas

As empresas têm um papel fundamental na incorporação e disseminação de práticas alinhadas aos pressupostos de sustentabilidade. Portanto, o papel das empresas tem que ser revisto, e a sustentabilidade não pode ser considerada um empecilho para seu crescimento.

Matias (2015), sintetizando a visão de um conjunto de autores, considera que as principais características que tornam as empresas essenciais para a promoção da sustentabilidade são seu empreendedorismo, sua criatividade e capacidade de inovação, e portanto, seriam as únicas instituições no mundo com suficiente criatividade para implementar as mudanças necessárias.

A internalização da noção de sustentabilidade deve ir além de uma nova forma de fazer negócios, que evidencia o novo papel das empresas perante a sociedade. Da mesma forma que as empresas proporcionam valor a seus acionistas, também podem fornecer educação, cultura, lazer e justiça social à comunidade, sem prejudicar a diversidade e a vida dos ecossistemas. Portanto, a sustentabilidade empresarial trata do compromisso das organizações com o desenvolvimento sustentável tomando medidas não somente restritas à promoção da lucratividade, mas essencialmente considerando as condições socioambientais do meio em que se inserem.

Se o foco for meramente econômico, a sustentabilidade de uma empresa é interpretada pela capacidade de manter seu desempenho acima da média no longo prazo, ou seja, de ter uma vantagem competitiva sustentável, o que não significa que a empresa não causará nenhum impacto ao meio ambiente natural, ou que estará promovendo o desenvolvimento social (PORTER, 1989). Em termos econômicos, sustentabilidade significa viver da “renda” proporcionada pelos recursos da biosfera e não do seu “capital”, o chamado capital natural, uma vez que toda atividade econômica depende desse capital (IBCG, 2007).

Diante disso é importante lembrar que a sustentabilidade empresarial não é sinônimo de sustentabilidade ambiental, porém para uma empresa se manter no mercado, deve ter a preocupação de preservar os serviços ambientais, não somente garantindo que as matérias primas estejam disponíveis para que ela possa continuar produzindo e gerando lucros. A sustentabilidade ambiental é uma forte demanda da sociedade e, desse modo, uma empresa que deseja contribuir para o

futuro da sociedade, deve essencialmente preocupar-se com o respeito aos limites impostos pelo ambiente.

Uma vez que a questão do crescimento econômico está presente na competitividade, pode-se concluir que a sustentabilidade de uma empresa dependerá de sua competitividade, da sua relação com o meio ambiente natural e da sua responsabilidade social (CORAL, 2002). Cabe as empresas estar no coração do movimento pela sustentabilidade, para que ela aconteça. Diante deste contexto, é preciso mais do que integrar, mas viver no ambiente empresarial os conceitos de sustentabilidade e a partir deles gerar indicadores de competitividade e sustentabilidade econômica fazendo com que toda a empresa viva e construa inter e intra relações visando um saldo positivo para si e para a humanidade.

É evidente no cenário atual a importância que a preservação ambiental e manutenção dos recursos naturais tem para o desenvolvimento sustentável das organizações contemporâneas, visando o mundo que será deixado para as gerações futuras e também notória a preocupação que as organizações devem ter com o equilíbrio entre crescimento econômico e as necessidades de caráter socioambiental.

Após décadas de descaso e exploração dos recursos naturais, as organizações estão mais conscientes de que devem preservar e adotar práticas que promovam o desenvolvimento econômico em equilíbrio com as necessidades das sociedades humanas, profundamente vinculadas e dependentes da qualidade ambiental.

Sendo assim, a sustentabilidade empresarial tem grande importância nas organizações devido ao poder que elas têm de mudar positivamente

te a postura de responsabilidade perante seus associados, clientes, fornecedores e a sociedade em geral. Várias empresas estão associando sua marca e imagem com ações voltadas para a responsabilidade socioambiental com a intenção de obter vantagem competitiva e geração de lucro, porém sem deixar de lado a real preocupação com a preservação do meio ambiente.

O maior desafio ao empresariado neste século XXI é conciliar crescimento econômico, preservação do meio ambiente e equidade social. É neste sentido que se torna cada vez mais necessária a reflexão, disseminação e proposição de ideias e práticas que tornem realidade a sustentabilidade empresarial (ZAMBOM; RICCO, 2010). Diante desse cenário a obtenção de vantagem competitiva para as organizações não depende apenas de estratégias utilizadas, mas também de seu comportamento perante todos os envolvidos. Parte dos processos já implementados nas empresas traz grande benefício à sociedade através da materialização dos conceitos de sustentabilidade, porém ainda falta às empresas estruturar processos de quantificação e divulgação desses ganhos ambientais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por mais que o progresso técnico, juntamente com a mobilização social, tenha contribuído para reduzir a insustentabilidade de alguns dos mais importantes processos produtivos atuais, a verdade é que o consumo de materiais, de energia e as emissões de gases de efeito estufa não cessam de aumentar: os ganhos de eficiência foram globalmente mais que contrabalançados pela elevação espetacular do consumo, ficando evidente que

a trajetória atual das sociedades humanas é insustentável.

A sustentabilidade tem sido associada a um modelo de economia que tem como o progresso material ilimitado, supondo que eles não comprometem a base de recursos da natureza e, portanto, os serviços ambientais. É como se nada, nenhuma ação humana alterasse a realidade biofísica do ecossistema em que se encontra inserido o sistema econômico. Já no campo das organizações, com frequência o conceito de sustentabilidade é reduzido à “perpetuação dos negócios”, ou seja, a capacidade dos empreendimentos perdurarem de forma competitiva.

Sendo assim percebe-se claramente que empresas sustentáveis serão aquelas que terão capacidade de internalizar os conceitos de sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica, gerando a partir destes conceitos produtos e serviços que permitam o uso equilibrado dos recursos, agregando características inovadoras e contribuindo para uma perspectiva ética.

A adoção de ações de sustentabilidade garantirá, a médio e longo prazo, vantagem competitiva e sustentabilidade econômica para as organizações. Entretanto, a sustentabilidade não tem compromissos unicamente com o *Triple Bottom Line* – seus objetivos ambientais, sociais e econômicos - mas também com direitos humanos, democracia, justiça social, boa governança, entre outros. Logo, comprometer-se com a sustentabilidade significa ir além de proceder a ajustes técnicos do *business as usual* das empresas. Embora não se atribua unicamente as organizações a promoção da sustentabilidade, é mister seu efetivo compromisso com outro tipo de sociedade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002. 190p.

BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**. As estratégias de mudanças da Agenda 21. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

BELINK, A. Reinvenção das empresas: a terceira geração da sustentabilidade empresarial. **GV Executivo**, v. 15, n. 2, p. 39-42, 2016.

BOFF, L. **Sustentabilidade: O que é – O que não é**. Petrópolis: Vozes. 2012

CLARO, P. B. O.; CLARO, D. P.; AMÂNCIO, R. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. **Revista da Administração**, São Paulo, v.43, n.4, p. 289-300, 2008.

CMMAD - COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso Futuro Comum**. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.

CORAL, E. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial**. 2002. 282f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – SC, 2002.

FOLADORI, G. **Limites do desenvolvimento sustentável**. (trad.) Campinas: Ed. Unicamp. 2001. 220p.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas, 2008.

IBCG - INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. **Guia de Sustentabilidade para as Empresas**. Coord: BRANDÃO, C. E. L.; SANTOS, H. L. São Paulo, SP: IBGC, 2007 (Série Cadernos de Governança Corporativa, 4). Disponível em: <<http://www.ibgc.org.br/userfiles/4.pdf>> . Acesso em: 25 set. 2017.

MATIAS, E. F. P. **A Humanidade Contra as Cordas**. São Paulo: Paz e Terra, 2015.

NASCIMENTO, E. P. do. Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. **Estudos avançados**, v. 26, n.74, p. 51-64, 2012.

PINHEIRO, M. D. **Ambiente e Construção Sustentável**. 1 ed. Portugal: Instituto do Ambiente, 2006, 243 p.

PORTER, Michael. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. 15. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

REDE BRASILEIRA DO PACTO GLOBAL. **Pacto Global: O que é?** (11 ago. 2013) Disponível em: <http://www.pactoglobal.org.br/artigo/70/O-que-eh> Acesso em: 31 de agosto de 2017.

ZUINI, P. 10 ideias de negócios lucrativos e sustentáveis. (13 set. 2016) Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/10-ideias-de-negocios-lucrativas-e-sustentaveis/>> Acesso em: 23 set. 2017.

VEIGA, J.E. da. **Desenvolvimento sustentável – o desafio do século XXI**. Garamoind: São Paulo, 2005.

VEIGA, J.E. da. **Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor**. Senac: São Paulo, 2010.

Clarice Vepo do Nascimento Welter

Possui graduação em Administração pela Universidade da Região da Campanha (2010), Especialização em Gestão de negócios pela Celer Faculdades (2012) e mestrado em Desenvolvimento Regional pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (2018). Tem experiência na área de administração, atuou por três anos na área de compras e cinco anos no setor de importação. Temas atuais de interesse científico: Capacidades dinâmicas, Capacidade inovativa, Administração estratégica, Empreendedorismo, Mudança e adaptação estratégica e inovação.

Cristiane Ivete Bugs Vione

Pós graduada em Gestão e Organização da Escola pela Universidade Norte do Paraná. Bacharel em Geografia pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - UNIJUI (2000). Tem experiência na área de pesquisa em geoprocessamento junto ao Laboratório da Unijuí e como professora de Pedagogia, com orientação de pesquisa nas Ciências Sociais, na Sociedade Educacional Três de Maio - SETREM, onde participou do Programa de Extensão, ministrando

cursos e palestras sobre a educação na geografia em diversos municípios do noroeste do Rio Grande do Sul.

Sandra Beatriz Vicenci Fernandes

Possui graduação em Agronomia pela Universidade Federal de Santa Maria (1981), mestrado em Agronomia pela Universidade Federal de Santa Maria (1986) e doutorado em Ciências do Solo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1998). Atualmente é professor adjunto da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, no Curso de Agronomia e no Curso de Pós graduação em Desenvolvimento Regional. Tem experiência na área de fertilidade do solo, manejo e conservação do solo e impactos ambientais das atividades agropecuárias. Atua na área de Desenvolvimento rural, principalmente nos seguintes temas: Sistemas técnicos de produção vegetal, sistemas de cultivo, produção orgânica, manejo e conservação do solo, impactos ambientais.

Leonir Terezinha Uhde

Possui formação Graduação em Agronomia pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM (1987), iniciando suas atividades em pesquisa no período de graduação, em 1984 (Bolsista de Iniciação Científica - CNPq), mestrado em Ciência do Solo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul ? UFRGS (1991) e doutorado no Programa de Pós-Graduação em Ciência do Solo da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).
