

# **EMPRESAS SUSTENTÁVEIS: A NECESSIDADE DE ENCONTRAR UM PONTO DE EQUILÍBRIO ENTRE A BUSCA PELO LUCRO COM A SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL.**

**Resumo** - Entender as relações desenvolvidas por uma empresa no dia a dia vai além do que ela produz ou vende, visto que essas organizações interferem de forma direta e indireta nas relações ambientais, sociais e econômicas da região onde localiza-se. A presente pesquisa objetiva fazer um estudo sobre a importância e a necessidade da sustentabilidade empresarial, mostrando os benefícios que a ela traz para todos os atores envolvidos, além de debater sobre a maior necessidade de esclarecimento por grande parcela da população, sobre essa temática. Para o desenvolvimento da pesquisa utilizou-se a revisão biográfica com estudo e amparo de diversos autores. Ao fim, evidenciou-se a necessidade de empresa e equipe desenvolverem consciência e atitudes que se aproximem da sustentabilidade empresarial, levando em conta seu tripé (econômico, ambiental e social). Enfatiza-se que a presente pesquisa exige comprometimento de todos os sujeitos que se relacionam com a empresa que busca ser reconhecida como sustentável.

Palavras-chave: Sustentabilidade. triple bottom line. Meio Ambiente

## **INTRODUÇÃO**

Atualmente, a realidade de mercado vem se mostrando muito significativa e importante para o segmento empresarial, seja ele do sistema público ou privado. O que se nota é que, ao longo dos anos, empresas de diversos segmentos estão se consolidando como um elemento dinamizador e enriquecedor da economia nas quais estão inseridas. Percebe-se, ainda, que com o passar do tempo houve uma mudança expressiva no que se refere ao comportamento empresarial, pois juntamente com objetivo do lucro, que é o foco primordial da atividade empresarial, surgiram novas preocupações dentro das organizações, como por exemplo a sustentabilidade empresarial, voltada aos cuidados com o meio ambiente, que é o foco central desse trabalho.

Temas com abordagens ambiental, social e econômica estão sendo amplamente discutidos por diferentes segmentos da sociedade, carecendo atenção do poder público, empresas privadas e sociedade de um modo em geral. Nesse contexto, é implícito o aumento dos debates sobre essas questões, para que todos atentem para sua importância. Assim, esse trabalho se justifica pela necessidade de divulgar, de informar e de cobrar ações que contemplem essa temática, levando contribuição para empresas, clientes e para a comunidade em geral, pois quando se trata do meio ambiente e sua preservação, os resultados positivos contemplam todos os envolvidos.

Valores como transparência, sustentabilidade, e economicidade, antes de tudo podem ser entendidos como um conjunto ações e atitudes que vão sendo inseridas em cada pessoa, desde o seio familiar e que segue com esse indivíduo em todos os momentos de sua vida, com o passar do tempo esses valores podem potencializados, deturpados ou até mesmo perdidos, os quais assumem grande relevância ao sujeito individual, sobre os valores dentro do ambiente corporativo. Ressalta-se que os mais notáveis dentro das organizações são os seguintes: compromisso; garantia de serviços e produtos; confiança; práticas de preços competitivos e responsabilidade social e com

o meio ambiente. Dessa forma, empresas devem desenvolver ações e atitudes que promovam a sustentabilidade empresarial, reduzindo e compensando as agressões ao meio ambiente, bem como o desenvolvimento de ações de cunho social que beneficie as pessoas que vivem em seu entorno. Assim, a presente pesquisa justifica-se e assume uma grande relevância para o momento atual, podendo ,inclusive, ser usada como fonte de pesquisas futuras.

## **PROBLEMA**

Pensar e agir de forma sustentável é uma das principais preocupações das empresas na atualidade, tendo em vista que as questões ligadas ao meio ambiente e ao contexto social sensibilizam e unem parcela significativa da população. Dessarte, questiona-se se as empresas, de fato, têm no seu dia a dia práticas sustentáveis aliadas à busca do lucro.

## **QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO**

As empresas, como estruturas dinâmicas, são moldadas através dos tempos, buscando melhorias para seus processos, resultados e também para as pessoas que dela fazem parte. Nesse dinamismo e evolução as empresas precisam se alinhar também às causas que são pertinentes para a humanidade, em especial as causas sociais e ambientais, essa última, inclusive, caracteriza-se como uma necessidade cada vez mais urgente, pois atualmente o espaço mercadológico está mais restrito para as empresas que não buscam preservar o meio ambiente. Nesse contexto, gestores e equipes precisam, de forma colaborativa, promover mudanças em seus hábitos e aproximar as organizações que trabalham a causa ambiental, sem necessariamente prejudicar os ganhos financeiros da instituição .

Trabalhar com a questão educação é um desafio constante, e uma necessidade de se renovar e de colaborar de forma sistêmica para a transformação da própria sociedade. Nessa perspectiva, a educação traz benefícios tanto para o público que a recebe, quanto para as instituições que ofertam. Assim, como as empresas estão presentes nos cotidiano das pessoas, acreditamos que elas também podem ser uma instituição educadora, que promovem valores ambientais, incentivando seus clientes a repensarem sua postura perante o meio ambiente.

A presente pesquisa é orientada por objetivos alinhados à questão ambiental e organizacional, e tem como objetivo geral, destacar a importância de as empresas adotarem postura sustentáveis em seu dia a dia, para se destacarem perante a concorrência. Seus objetivos específicos são: explicar o conceito de sustentabilidade empresarial ou triple bottom line (Tripé da Sustentabilidade); analisar as contribuições do tripé da sustentabilidade para as empresas e destacar como os colaboradores podem contribuir para fortalecimento de práticas sustentáveis nas empresas.

## **METODOLOGIA**

Metodologicamente, a pesquisa faz uso da revisão bibliográfica e da pesquisa de campo. A revisão bibliográfica foi desenvolvida com a leitura e análise de livros, visando uma ampla contextualização sobre a temática, falando sobre esse assunto a nível nacional, estadual e local, e referenciando os autores que ajudarão na teorização das ideias.

A seleção de material como fonte de pesquisa ocorreu através da utilização de sites, em especial o da biblioteca digital do Senac e plataforma Scielo. Destaca-se ainda, que a pesquisa conta com a contribuição colhida pela observação dos aprendizes no cotidiano das empresas onde estão lotados.

## **ANÁLISE DE DADOS**

As mudanças ocorridas nos mais diversos setores da sociedade forçaram modificações em muitas carreiras produtivas do setor econômico, assim, percebeu-se a necessidade de alterar o comportamento empresarial vigente em um que primasse não apenas pelo lucro, mas que contivesse preocupações inerentes ao bem-estar da população. Desse modo, foi surgindo as ações que hoje são definidas como responsabilidade social empresarial, que atualmente está bem representada na aquisição e implementação de uma série de instrumentos de certificação criados nos últimos anos.

Sobre isso, é notório que as empresas estão cada vez mais preocupadas em obter esses selos ou certificados, já que eles representam um diferencial significativo em relação aos concorrentes, e as tornam cada vez mais competitivas.

Os anseios de mudança no panorama empresarial, principalmente nos eixos social e ambiental, reivindicados principalmente por parte da população economicamente ativa, fez com que empresas adotassem medidas de reformulação da política interna, adequando-se às normas impostas pelas entidades certificadoras.

O crescente aumento da complexidade dos negócios, o avanço de novas tecnologias, o incremento da produtividade levou a um aumento significativo da competitividade entre as empresas e, desta forma, elas tendem a investir mais em processos de gestão de forma a obter diferenciais competitivos. (ASHLEY,2002,p.3)

Nesse contexto, as empresas, ao buscarem lucros e se manterem em posição de destaque no mercado, necessitam cumprir muitas normas, baseadas no respeito às suas concorrentes, aos fornecedores, aos clientes, à sociedade e ao meio ambiente. Ainda sobre esses princípios, é importante ressaltar que:

Na prática, tais princípios consistem em, por exemplo, fabricar produtos ambientalmente responsáveis, de maneira a melhorar sua posição competitiva, aproveitar-se das oportunidades propiciadas por requisitos

legais para inovar produtos que possam dar uma contribuição especial para a sociedade, suprir necessidades sociais, comercializando produtos que beneficiem grupos específicos como deficientes, crianças e minorias. Voluntariamente, utilizar recursos da organização para ajudar a solucionar problemas sociais. (BERTONCELLO; JUNIOR. 2007.p.73)

Baseado nas informações prestadas nesse trabalho, bem como nas obras que o subsidiam teoricamente, vemos que o fenômeno da responsabilidade social empresarial não foi um fenômeno que surgiu de forma rápida, e muito menos um fenômeno passageiro, visto que, com o seu advento observou-se grandes melhorias bilaterais no que se refere à atividade empresarial, ou seja, promovendo ganhos para o empresário, bem como para a clientela.

Sobre isso, as empresas aos poucos foram percebendo anseios por parte de sua clientela e foram também, promovendo mudanças em suas ações, buscando uma maneira de melhor satisfazer esses desejos, dessa maneira, promoveu-se a responsabilidade social, que consolida, através de ações e políticas integradoras, uma maneira harmônica de integrar as atividades econômicas com os demais sujeitos e elementos que, direta ou indiretamente se relaciona com essa atividade, como o caso do meio ambiente, da comunidade, dos valores, etc.

Responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, [...] agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização [...] assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas às suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. (ASHLEY,2002, p.98)

Desenvolver a responsabilidade social empresarial não é uma atividade fácil, para isso os gestores, juntamente com sua equipe, precisam estar respaldados por um planejamento na busca de conseguirem seguir as políticas necessárias para o alcance desse objetivo, destacando que, para isso, a equipe precisa estar também focada nesse propósito.

No Brasil, o número de empresas que vêm se utilizando de práticas de gestão ambiental tem crescido, nos últimos anos. Apesar de, até os anos 70 não haver um órgão especializado voltado exclusivamente ao controle ambiental, e a posição do Brasil na conferência de Estocolmo, de que a proteção ao meio ambiente seria um objetivo secundário e não prioritário, não se teve sustentação frente a cobrança, por parte da população, em empresas ecologicamente corretas. “O estabelecimento tardio de normas ambientais e agências reguladoras especializadas no controle da poluição ambiental traduz-se num indicativo de que a questão ambiental não era, efetivamente, representada no âmbito de prioridades das políticas públicas.” (DONAIRE, OLIVEIRA,2018, p. 24)

Dessa feita, nos últimos tempos aconteceu a ampliação e divulgação da Responsabilidade Social Empresarial e dos conceitos vinculados ao tema, como sustentabilidade empresarial ou

cidadania empresarial, além da preservação de recursos. Provavelmente isso tenha acontecido em resposta aos novos desafios surgidos com o advento da globalização e do surgimento das tecnologias. Além disso, o crescimento econômico só será possível se estiver alicerçado em bases sólidas e, portanto, deve haver um desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas que passem por soluções ambientalmente sustentáveis, socialmente corretas e economicamente viáveis Farjado (2014)

A Responsabilidade Social Empresarial ou corporativa está geralmente envolvida na procura de novas oportunidades como uma maneira de responder às demandas ambientais, aos desafios sociais e aos anseios econômicos do mercado. Assim, dentro do conceito de Responsabilidade Social Empresarial, que vem sendo incorporado pelas empresas, o público alvo deixa de ser apenas o consumidor e passa a abranger um número muito maior de pessoas e empresas, tornando-se sujeitos mais ativos.

“Responsabilidade Social Corporativa é o comprometimento permanente dos empresários, de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo”.( NETO E FROES,2014,p.87)

Portanto, a responsabilidade social está diretamente e intimamente relacionada com desenvolvimento sustentável e, por conseguinte, com práticas de preservação do meio ambiente. Nessa conjuntura, uma organização responsável em nível social deve ser conhecida pela criação de ações e de programas políticos que contemplem os cuidados com o meio ambiente, tendo como elemento norteador a sustentabilidade e suas vertentes, sendo isso uma responsabilidade atrelada à empresa e também à sua equipe, gerando benefícios mútuos, inclusive para a comunidade onde a empresa está inserida.

## **CONCLUSÃO**

A sustentabilidade, em seus mais diversos aspectos, há tempos deixou de ser algo opcional e tornou-se implícito ao ser humano no decorrer de suas atividades do dia, devendo ele ter foco nesse conceito e nas ações necessárias para o seu desenvolvimento, para promover melhorias e ganhos em sua qualidade de vida, tanto nos aspectos ambientais como nos sociais e econômicos . Dessa forma, as próprias empresas, enquanto organismos que tentam manter-se vivos perante a grande competitividade, precisam ser sustentáveis a fim de não sucumbirem frente às transformações impostas pela atualidade.

À vista disso, empresas sustentáveis além de ganharem uma boa exposição frente aos meios midiáticos, acabam sendo melhor avaliadas pelos seus clientes , pelos seus possíveis clientes e por pessoas que buscam produtos ou serviços da empresa, pelo fato de elas promoverem a sustentabilidade. Com isso, o público que luta pela sustentabilidade passa a observar e se interessar

por elas, chegando a ponto de entrar e comprar nessa organização. Assim, ao promoverem a sustentabilidade baseada nos três pilares: ambiental, social e econômico, as empresas ajudam o país e promovem ganhos coletivos, além de potencializar seus lucros.

Destarte, verificou-se que as empresas com atitudes e projetos sustentáveis promovem uma maior satisfação tanto para seus clientes internos (colaboradores que também são clientes da empresa), como também aos clientes externos (pessoas da comunidade em geral), que ao ficarem satisfeitas, tendem a se fidelizarem a essa referida organização.

## REFERÊNCIAS

ASHELY P.A.(coord.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo, Saraiva, 2012

BERTONCELLO Silvio Luiz Tadeu, JUNIOR, João Chang Júnior. **A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação**. In FACOM - nº 17 - 1º semestre de 2017

DIAS, Genebaldo Freire. **Educação ambiental: Princípios e práticas**. São Paulo: Gaia, 2014.

DONAIRE, D. **Gestão Ambiental na empresa**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2018.

FARJADO, Elias. **Consumo Consciente e Comércio Justo**. Rio de Janeiro, Senac Nacional, 2014

LEWIS, Stewart, **Reputation and corporate responsibility**, *Journal of Communication Management*, 2013, vol. 7, 4 356-364

MATTAR, H., **Os Novos Desafios da Responsabilidade Social Empresarial**, Ethos, São Paulo, 2013

MELO NETO, A. C.; FORES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: *Qualitymark*, 2014.

SERRÃO, Mônica. CARESTIATO, Aline Almeida e Andréa. **Sustentabilidade: uma questão de todos nós**. Editora Senac São Paulo. São Paulo. 2020

SERRENTINO, Alberto e HORTA, Alexandre. **Mercado & Consumo: o presente e o futuro do varejo**. São Paulo: Editora Gouvêa de Souza, 2014.