



UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



SUSTENTABILIDADE E CRIAÇÃO DE VALOR: PERSPECTIVAS DE UM NOVO PARADIGMA PARA A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Eixo Temático 3: Estratégia e Gestão de Operações Sustentáveis

Paulo Sergio Nery Gama
Universidade da Amazônia

Mario Carvalho
Universidade da Amazônia

RESUMO

Atualmente, as organizações estão sendo instigadas a adotar uma abordagem de gestão que vá além dos aspectos econômicos, incorporando também as dimensões social e ambiental em suas estratégias. Essa mudança visa demonstrar o comprometimento com a sustentabilidade ambiental, uma vez que os stakeholders valorizam empresas que se dedicam aos princípios do desenvolvimento sustentável. O objetivo desta pesquisa é desenvolver um ensaio teórico sobre as práticas sustentáveis adotadas pelas empresas na contemporaneidade, considerando os vários pilares da sustentabilidade. Para realizar este estudo, foi empregada a metodologia da pesquisa bibliográfica, que envolveu a análise de textos e artigos científicos disponíveis em plataformas digitais e sites acadêmicos relevantes. O artigo está estruturado da seguinte maneira: uma breve introdução, seguida de uma discussão sobre responsabilidade social, passando pelo debate conceitual sobre sustentabilidade ambiental e práticas sustentáveis, além da criação de valor. Por fim, são apresentadas de forma concisa as considerações finais. O intuito é analisar como as empresas contemporâneas estão lidando com a integração das dimensões social e ambiental em suas operações, refletindo sobre o impacto dessas práticas no contexto da sustentabilidade global.

Palavras-chaves: Sustentabilidade, Práticas sustentáveis, Criação de valor, Estratégia.

1. INTRODUÇÃO

A questão ambiental vem tomando grande destaque nos últimos anos. Desde os anos 90 o assunto sobre a preservação do meio ambiente é observado pelas empresas como essencial para a permanência no mercado. A presente afirmação consolida-se com

REALIZAÇÃO:



APOIO:





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



base nas temáticas discutidas nos grandes eventos internacionais no qual se discute ações para o desenvolvimento sustentável e práticas que fomentem as políticas públicas para a preservação do meio ambiente. A preocupação ambiental é imperativa, uma vez que afeta não apenas nossa geração, mas também as futuras, assim como a qualidade de vida de todos os seres vivos no planeta. (Machado,2012.)

Sendo assim, observa-se que algumas empresas estão modificando sua filosofia de trabalho buscando satisfazer as necessidades dos clientes de modo a proporcionar melhor qualidade de vida para a sociedade e contribuir para as soluções dos problemas ambientais. As iniciativas que buscam favorecer cuidados com o meio ambiente deixam de ser analisadas pelas organizações como fonte onerosa de despesas para se tornar uma possibilidade de aumento de competitividade. Empresas que buscam desenvolver soluções inteligentes para solucionar problemas de caráter ambientais atenderão as exigências de mercado possibilitando melhores resultados.

No Brasil nota-se que as empresas estão modificando suas dinâmicas de trabalho com objetivo de atender as necessidades para a preservação do meio ambiente apresentando propostas para a redução dos impactos ambientais de suas atividades nos espaços em que estão inseridas. Além disso, o uso de práticas sustentáveis na empresa poderá contribuir para o desenvolvimento sustentável e criar valor aos negócios organizacionais.

O artigo elaborado apresenta uma temática relevante, visto que a inclusão de práticas sustentáveis como estratégia é algo recente e necessário para garantir a sobrevivência das empresas num mercado competitivo e inconstante. Portanto, objetivo geral, da pesquisa é desenvolver um breve debate teórico acerca das práticas sustentáveis adotadas por empresas na atualidade dentro das dimensões da sustentabilidade.

A metodologia adotada no estudo consiste na análise exploratória e descritiva sobre o objeto de estudo, por meio de levantamento bibliográfico, livros, documentos eletrônicos, teses, dissertações, revistas e outros periódicos a fim de subsidiar o campo teórico em questão.

2. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

A responsabilidade socioambiental empresarial tem se tornado muito debatida no contexto atual, pois este conceito consolida-se como ferramenta essencial para implantação de novas estratégias sem comprometer os recursos naturais não renováveis disponíveis na natureza para as próximas gerações. O recurso natural é entendido como insumo necessário para a sobrevivência dos organismos, das populações e ecossistemas. O meio ambiente disponibiliza dois tipos de recursos naturais: os renováveis e os não renováveis. Os recursos não renováveis são os que após utilizados não se renovam ocasionando escassez e limitação. Quanto aos recursos renováveis, são os que se renovam naturalmente. (Braga *et al*, 2005).

REALIZAÇÃO:



APOIO:



GOVERNO
DO ESTADO
DO PARÁ





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



Vale destacar que a partir de 1960 surgiram diversos conceitos em torno de responsabilidade social. Conforme Busch; Ribeiro (2009) em 1960, Keith Davis definiu que a responsabilidade social seria as decisões e ações das empresas de modo que ultrapassassem seus interesses técnicos e econômicos. As práticas de responsabilidade social só foram implementadas de fato pelas empresas nas décadas de 1970 e 1980.

Quanto ao meio ambiente é importante lembrar que as primeiras discussões abordadas ocorreram no ano de 1972 na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, em Estocolmo. Neste evento a comunidade internacional debateu os efeitos causados pela degradação do meio ambiente como: Mudanças climáticas; Qualidade da água; Soluções para reduzir os desastres naturais.

Ser sustentável, segundo a Organização das Nações Unidas (ONU) é:

atender as necessidades do presente sem comprometer as futuras gerações de satisfazer suas próprias necessidades. É, sobretudo, preocupar-se com todos os aspectos e pessoas envolvidas, é trabalhar para atingir as metas econômicas, emelhor, alcançar os objetivos da sociedade em geral e também do meio ambiente.

O conceito de responsabilidade social se expandiu nos Estados Unidos nas décadas de 1960 e 1970, período em que as organizações americanas se desenvolviam em tamanho e poder. Considerando que neste período a sociedade enfrentava grandes dificuldades como a pobreza, o desemprego, problemas urbanos e elevado índice de poluição, tal situação motivou vários grupos a reivindicarem mudanças nas práticas gerenciais das empresas como assumir responsabilidade social junto a sociedade. (Coltro, 2004).

Na década de 1980 existiu um elevado número de pesquisas sobre a temática, com o surgimento de diversas teorias e a formação de novos conceitos oriundos da responsabilidade social empresarial como: ética nos negócios, responsabilidade social empresarial, performance social empresarial, políticas públicas. Na década de 90, incorporou-se novos temas vinculados à responsabilidade social como: teoria dos *stakeholders*, teoria da ética nos negócios, *performance* social empresarial e cidadania empresarial. (Busch; Ribeiro, 2009).

Segundo o Instituto Ethos (2012) a Responsabilidade Social Empresarial pode ser definida como forma de gestão estabelecida pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se envolve. A relação é caracterizada por estabelecer metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, resguardando os recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando, assim, a diversidade e ocasionando a redução das desigualdades sociais.

Sendo assim, as empresas necessitam criar uma relação harmônica entre a sociedade e a empresa, no qual está passa a proporcionar meios para o desenvolvimento da sociedade nos aspectos sociais, ambientais e econômicos. (Lacerda; Moura, 2016).

REALIZAÇÃO:



APOIO:





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



3. SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL: UM DEBATE CONCEITUAL

No meio científico, o conceito sustentabilidade passou a existir nos campos da biologia e ecologia, concebendo uma maior vinculação entre humanidade e natureza e a conservação de um equilíbrio dinâmico que admitisse a existência de maior quantidade de espécies possíveis (Silva; Reis, 2011). O período industrial modificou a forma de causar degradação ambiental, neste período surgiram técnicas de produção intensivas em material e energia para atender os grandes mercados ocasionando um aumento em grande escala de exploração de recursos e descargas de resíduos, possibilitando a subsistência de diversos povos na atualidade e de gerações futuras. A revolução industrial é considerada como ponto inicial no que diz respeito à intensificação dos problemas ambientais no mundo. (Barbieri, 2007).

Considerando as transformações ocorridas no planeta no que tange ao meio ambiente por consequências das ações do homem, o meio empresarial passou a tomar medidas em seus processos adotando práticas sustentáveis. Neste sentido, Altefelder (2004) comenta que no meio empresarial o pensamento sobre práticas sustentáveis tem se generalizado.

Antes de abordar a sustentabilidade, é essencial explorar os conceitos de desenvolvimento sustentável e sustentabilidade. De acordo com alguns estudiosos, a ideia de desenvolvimento sustentável/sustentabilidade tornou-se uma ferramenta amplamente utilizada por diversas instituições públicas e privadas. Contudo, é crucial observar que esse conceito é intrinsecamente problemático, como apontado por Kovacs et al. (2020), uma vez que a definição precisa de sustentabilidade ainda representa um desafio para a ciência da sustentabilidade. Isso se deve à sua complexidade, que se reflete em várias dimensões relacionadas ao que deve ser sustentado, conforme destacado por Mori e Christodoulou (2012).

O conceito de desenvolvimento sustentável refere-se à ideia de que um país pode entrar em uma fase de crescimento que seja sustentável ao longo do tempo. Isso implica um desenvolvimento econômico contínuo, acompanhado de melhorias nos indicadores sociais e ambientais (Altefelder, 2004). Para Almeida (2008) desenvolvimento sustentável é definido como:

Refere-se a um processo articulado a partir de meados da década de 1980, profundamente abrangente e transformador, em que a unidade de tempo para obtenção de resultados em larga escala é de décadas; que tem como paradigma a inclusão da dimensão social e ambiental desde o estágio de planejamento até a operação e avaliação de um empreendimento ou de uma política de desenvolvimento. (ALMEIDA, 2008, p.12)

Por outro lado, a sustentabilidade é definida como a capacidade de se autossustentar e se auto manter. Uma atividade é considerada sustentável quando pode

REALIZAÇÃO:



UNAMA

APOIO:



GOVERNO DO ESTADO DO PARA





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



ser mantida por um longo período sem esgotar os recursos disponíveis, sem colocar em risco os recursos naturais essenciais, como ar, água, solo e vida vegetal e animal, dos quais a sociedade depende para sua sobrevivência (Philippi, 2001).

A sustentabilidade é compreendida como a capacidade dos sistemas de persistir, se adaptar, transformar ou fazer a transição em face de condições em constante mudanças (Willians, *et al*, 2017). Em relação às distinções entre sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, Gan, *et al*. (2017) definiu sustentabilidade como um conjugado de elementos interligados e em consonância dinâmica e simultânea entre subsistemas ecológicos, subsistemas sociais e subsistemas econômicos. No entanto, o desenvolvimento sustentável é um processo de transformação de enfoque para conseguir os objetivos da sustentabilidade (Bibri; Krogstie, 2017). Neste cenário, a sustentabilidade é uma propriedade de um sistema aberto e por isso, é intrinsecamente complexa e multidimensional (Gan *et al.*, 2017).

Portanto, é imprescindível que as empresas estejam conscientes dos impactos de suas atividades ao meio ambiente, adotando medidas para amenizá-los. O empresário tem que estar sempre atento às inovações, uso de tecnologias limpas e, sobretudo à preservação de recursos não renováveis. O desenvolvimento sustentável adere uma perspectiva de longo prazo no processo de desenvolvimento econômico, compreendendo as ressalvas e o incremento do capital ambiental e social. Este conceito em questão é crucial para o bom desenvolvimento dos negócios e da sociedade, uma vez que não é possível progredir em um ambiente deteriorado.

Desse modo, há conceitos pragmaticamente distintos e utilizados em variadas áreas que sustentam um espaço de ação voltado à melhoria ou alcance da sustentabilidade (Stephenson *et al.*, 2021). Neste contexto, o desenvolvimento da sustentabilidade deve ter suas ações construídas considerando: (a) as dimensões ambiental, social e econômica; (b) suponham importância semelhante à essas dimensões; e (c) tenham consciência de que sustentabilidade só pode ser edificada a partir de uma visão sistêmica entre essas dimensões.

Conforme a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD, 1993) o desenvolvimento sustentável está vinculado a três dimensões: econômica, social e ambiental. Para a organização estas três dimensões estão apoiadas numa dimensão transversal ao processo, no caso, inclui-se a dimensão institucional constituídas pelo governo, legislação, organizações e sociedade civil. A concepção da OECD se fundamenta no modelo *Triple Bottom Line* sugerido por Elkington (2012).

Segundo Werbach (2010) a sustentabilidade apresenta quatro dimensões: **Econômica** – voltada para ações que dizem respeito às formas que as empresas e pessoas satisfazem suas necessidades; **Social** – dimensão relacionada as ações e condições que afetam a sociedade; **Ambiental** – dimensão voltada para ações que influenciam a ecologia da terra; **Cultural** – dimensão relacionada às ações das quais as comunidades expressam sua identidade e cultivam tradições de geração em geração. Na concepção de Mendes

REALIZAÇÃO:



APOIO:



GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA

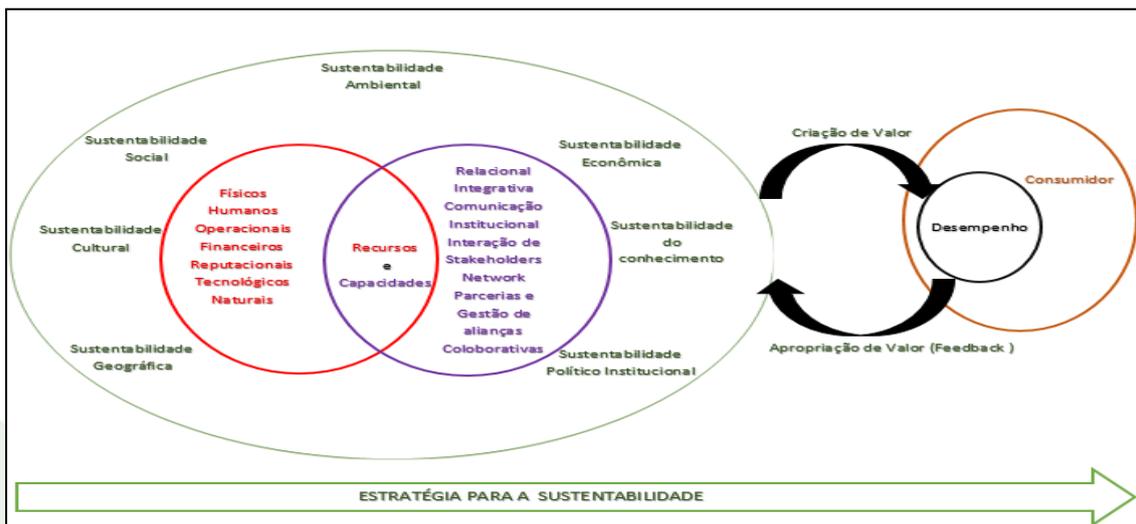


(2009) a sustentabilidade é constituída por cinco dimensões que são: ecológica, econômica, social, espacial e política.

Sachs (1993) entende que o desenvolvimento sustentável necessita se fundamentar em cinco dimensões: **a social** – relacionada na construção de uma sociedade mais justa no sentido de distribuição de renda, diminuição da desigualdade e melhores condições de vida para as pessoas; **Econômica** – a dimensão em questão busca alocar e gerir os recursos de maneira mais eficiente favorecendo os setores públicos e privados; **Ecológica ou ambiental** – dimensão voltada às proibições ao consumo dos recursos não renováveis e orientações ao uso dos recursos naturais renováveis: aborda sobre a diminuição das taxas de poluição e incentivo a programas de eficiência energética, promoção de pesquisas na área da inovação e de tecnologia limpa e criação de normas para praticas adequadas voltadas para a questão ambiental; **Geográfica** – está relacionada ao equilíbrio entre áreas urbanas e rurais; **Cultural** – para o estudioso esta dimensão busca as particularidades de cada comunidade.

Para Coral (2002) é necessário que as empresas modifiquem seus processos produtivos para um modelo ecologicamente sustentável com base em sistemas de produção que não gerem impactos negativos e ofereçam produtos e serviços que corroborem para a melhoria no aspecto ambiental. Com base nisso, apresenta-se na figura 1 um framework de sustentabilidade proposto por Negrão (2023) no artigo com a temática Gestão Estratégica para Sustentabilidade.

Figura 01 - Framework de estratégia para a sustentabilidade



Fonte: Negrão, 2023

REALIZAÇÃO:



UNAMA

APOIO:



GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



A sugestão apresentada propõe a identificação dos recursos e habilidades da organização, com uma categorização sugerida para esses elementos. Posteriormente, convida os gestores a ponderar sobre como incorporar as dimensões da sustentabilidade nas estratégias relacionadas aos recursos e habilidades internas da empresa. Após essa fase, considerando um cenário de atuação específico da empresa, é crucial deliberar sobre a entrega de produtos ou serviços aos consumidores, com o intuito de gerar valor para a empresa e permitir que os clientes se beneficiem desse valor. Nesse processo, a proposta ressalta a importância de considerar não apenas a proposição de valor do ponto de vista econômico ou financeiro, mas também levar em conta o bem-estar proporcionado aos clientes e o cumprimento da missão sustentável da empresa. Dessa maneira, busca-se fomentar uma abordagem voltada para a criação de valor sustentável e a apropriação de valor sustentável, abrangendo tantos aspectos econômicos, sociais e ambientais (Negrão et al., 2023).

Portando, adotando critérios de sustentabilidade, há possibilidades de desenvolver uma nova economia, reorganizando as categorias e comportamentos, admitindo o aparecimento de novas oportunidades (Freitas, 2012).

4. PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS E CRIAÇÃO DE VALOR

Apresentados os conceitos, notamos que ambos apresentam similaridades que facilitam relacionar desenvolvimento sustentável as políticas públicas e sustentabilidade. Neste sentido, criar valor por meio de práticas sustentáveis é primordial para as empresas que buscam competitividade e reconhecimento na sociedade. Deste modo, as mesmas contribuem diretamente para o desenvolvimento sustentável e para um futuro melhor para as próximas gerações.

Neste contexto Sato; Ferreira (2021) dizem que as organizações podem utilizar às práticas de sustentabilidade como uma vantagem competitiva, acatando aos interesses dos stakeholders que atribuem elevado valor as organizações que adotam práticas responsáveis. A conjuntura socioeconômica e a necessidade por processos mais sustentáveis auxiliam as empresas e/ou organizações à desenvolverem novas estratégias e práticas em suas cadeias de produção visando o crescimento sustentável, proporcionando um valor comum cujo todos os stakeholders são favorecidos. Este enfoque é entendido como a criação de valor sustentável para a empresa (Da Silva; De Lima; Da Costa, 2015)

Com base nisso observa-se elevada preocupação por parte de gestores em relação ao retorno econômico e a criação de valor ao adotar e evidenciar práticas sustentáveis. Analisando este fato, Lameira *et al* (2012) verificou que após análise de relação de indicadores de desempenho e variáveis de sustentabilidade notou-se uma relação positiva entre práticas de sustentabilidade e organizações com melhores desempenhos, concluindo-se que a sustentabilidade possui valor econômico. Bernardo *et al* (2006)

REALIZAÇÃO:



APOIO:



GOVERNO
DO ESTADO
DO PARÁ





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



identificaram que a criação de valor pode ser obtida por meio de investimentos ambientais, ou seja, quanto mais se investe em práticas sustentáveis mais valor se agrega a organização.

A procura por técnicas mais sustentáveis pode auxiliar as empresas a desenvolverem novas estratégias e práticas em sua cadeia de produção de maneira que favoreça o crescimento sustentável, proporcionando um valor compartilhado no qual todos os *stakeholders* são beneficiados. Este processo é definido como a criação de valor sustentável para a empresa (Da Silva; De Lima; Da Costa, 2015)

Sendo assim, é necessário compreender o conceito de valor empresarial na concepção de alguns estudiosos. Porter (1989) define que no âmbito competitivo, valor é o total que os compradores estão preparados a pagar por algo que a empresa oferece. A criação de valor é essencial para a existência de uma empresa na perspectiva de acionistas, funcionários, clientes, fornecedores, credores, comunidade local, estado e outros. (Kumar, 2015). Portanto, essas considerações evidenciam a importância da criação de valor para a existência e permanência das empresas no mercado.

Sendo assim a Gestão Baseada em Valor tem como objetivo:

maximizar o valor da empresa para os seus acionistas, com receitas superiores aos gastos da empresa inclusive aos de custo de oportunidade do capital. Esta gestão é relevante também para empresas do terceiro setor, pois estas precisam de lucros para reinvestir em seus projetos. Para que ocorra a geração de valor é necessário que sejam definidas estratégias de diferenciação que agreguem vantagens competitivas aos negócios e estratégias financeiras que criem ainda mais valor, seja para os acionistas em caso de empresas privadas, ou para a comunidade no caso de empresas do terceiro setor. (Assaf Neto; Araujo; Fregonesi, 2006, p.03).

REALIZAÇÃO:



APOIO:



GOVERNO
DO ESTADO
DO PARÁ



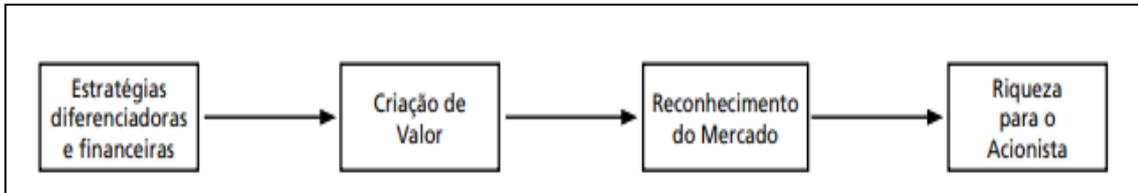


UNAMA
APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



Figura 2-Visão Sintética de uma Visão Baseada em valor (**Empresas Privadas**)



Fonte: Assaf, 2003

Figura3-Visão Sintética de uma Visão Baseada em valor (**Adaptado para Terceiro Setor / Comunidade**)



Fonte: Assaf, 2003.

Na concepção de Kumar (2015) valor pode apresentar significados diferentes em variadas áreas, no caso do marketing o termo é relacionado ao valor percebido pelo cliente. Em se tratando de gerenciamento estratégico, o conceito está voltado para a cadeia de valor como meio de fornecer valor ao cliente. No campo das finanças, valor é vinculado aos fluxos de caixas esperados e no valor ao acionista. Para o autor, empresas com retornos e crescimentos mais elevados são mais estimadas no mercado de ação.

Medeiros *et al* (2015) definem que o gerenciamento direcionado para o incremento de estratégias e indicadores de desempenho que alavanquem a remuneração do capital dos sócios e da empresa é considerada como gestão baseada em valor. A vantagem competitiva tem origem das variadas tarefas para produzir, comercializar, entregar e sustentar os produtos. Compreender essas tarefas e sua importância no contexto da estratégia empresarial permite a execução de estratégias que a torne os processos mais baratos ou mais atrativos que a concorrência, gerando vantagem competitiva à cadeia de valores da organização (PORTER, 1989).

O conceito do termo valor, passou dos entendimentos tido no marketing, o mesmo adotou propriedades materiais e imateriais que motivam e promovem valor para a organização, constituindo a fórmula de sua filosofia, missão, valores e objetivos. Para isso é imprescindível que haja uma imagem sólida e prestigiada, antepondo valores tais como: ética, responsabilidade econômica e socioambiental, integridade, excelência, qualidade, tecnologia, e respeito aos funcionários, clientes e sociedade. (Campos;Pressler, 2015)

REALIZAÇÃO:



UNAMA

APOIO:



GOVERNO DO ESTADO DO PARA





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



Na concepção de Alves; Nascimento (2016) práticas sustentáveis são compreendidas como adoção de ações voluntárias pelas empresas, com escopo de aperfeiçoar sua performance ambiental, social e econômica, além de desempenhar às exigências legais. Conforme a Instrução Normativa 10, de 2012 do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (Art. 2º Inciso III, 2012, p. 1), as práticas sustentáveis obedecem a “ações que tenham como intuito a construção de um novo paradigma de cultura institucional apontando a inclusão de critérios de sustentabilidade nas atividades da Administração Pública. Conforme Kipper (2016), a inserção de práticas sustentáveis nas organizações criam benefícios e vantagens como:

- **Benefícios econômicos:** economia de custos, diminuição do consumo de água, energia e outros insumos; Reciclagem venda e aproveitamento de insumos; Abaixamento de multas e penalidades por poluição;
- **Benefícios de receita:** elevação da construção marginal de “produtos verdes” que podem ser vendidos a preços mais baixos; Aumento na participação no mercado devido à inovação dos produtos e menor concorrência; Linhas de produtos para novos mercados; Aumento da demanda para produtos que contribuam para a diminuição da população;
- **Benefícios estratégicos:** Melhora da imagem institucional; Renovação de portfólio de produtos; Aumento da produtividade; Redução de multas e penalidades por poluição; Alto comprometimento do pessoal; Melhorias nas relações de trabalho; Melhoria e criatividade para novos desafios; Melhoria nas relações com os órgãos governamentais, comunidade e grupos ambientais; Acesso assegurado ao mercado externo; Melhor adequação aos padrões ambientais.

Portanto, com base na literatura notamos que as implantações de práticas sustentáveis ocasionam diversas vantagens para a organização, desde níveis gerenciais como no tripé ambiental, econômico e social, pois com a implantação destas práticas sustentável, é possível desenvolver diferenciais competitivos e manter a organização no mercado.

Analisando uma pesquisa intitulada “Práticas Sustentáveis: um estudo de caso na empresa águas minerais Sarandi Ltda” realizada em 2019, no estado do Rio Grande do Sul, em uma empresa que atua no ramo fabricação de bebidas e envazando águas, o autor buscou identificar e analisar as práticas sustentáveis do sistema produtivo desta empresa. O estudo justificou-se por conta da necessidade de se manter competitivo no mercado por meio de práticas inovadoras, pois a inovação é essencial para as empresas alcançarem à redução de impactos e agressões ao meio ambiente. Este processo torna a inovação sustentável um modelo diferenciado e competitivo. A pesquisa teve características exploratória, com abordagem qualitativa e delineamento realizado através de estudo de caso.

REALIZAÇÃO:



APOIO:



GOVERNO
DO ESTADO
DO PARA





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



Conforme o resultado obtido, descobriram-se que a empresa realiza diversas práticas sustentáveis que englobam os três pilares da sustentabilidade vinculados as dimensões: econômicas, sociais e ambientais. Os autores identificaram que a empresa realiza suas atividades sem deixar de lado a comunidade que está inserida e a preservação ambiental, fatores essenciais para ser manter competitiva no mercado. Conforme Barbieri *et al* (2010) o apoio das empresas ao desenvolvimento sustentável é considerado como fator de competitividade, diferenciação e qualificação para permanecer no mercado. No quadro 1, de forma resumida, demonstramos os resultados encontrados quanto às práticas sustentáveis realizadas pela empresa.

Quadro 1 - Práticas sustentáveis

Práticas sustentáveis	Econômico	Ambiental	Social
Diminuição de materiais utilizados nas garrafas.	X	X	
Produtos retornáveis;	X	X	
Redução do consumo de energia.	X	X	
Produção de xarope não gera resíduos.		X	
Controle de consumo de extração da água mineral.	X	X	
Central de resíduos sólidos para reciclagem	X	X	X
Água coletada da chuva para ser utilizada na central de resíduos.	X	X	
Minimização de resíduos sólidos que vão para o aterro.		X	
Revisão e reconstrução de utensílios produzidos	X	X	
Parcerias com empresas que fornecem restos de produção para serem utilizados na caldeira.	X	X	
Patrocina e divulga eventos, times, escolas, campanhas etc.			X
Ponto de coleta de lacres para doação.			X
Áreas de preservação.		X	

Fonte: Zandoná,2019.

Conforme Zandoná (2019) o estudo identificou que o objetivo principais da empresa Águas Minerais Sarandi Ltda é na dimensão econômica, a empresa possui estratégia voltada a inovação sustentável acomodativa em produto e processo, pois não busca a liderança de mercado por meio da sustentabilidade. A mesma concentra seus empenhos especialmente em obter baixo custo produtivo e conquistar clientes por meio de preço

REALIZAÇÃO:



APOIO:





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



baixo. A empresa realiza práticas sustentáveis que envolvem os três pilares da sustentabilidade, sendo elas práticas de redução de materiais empregados em seus produtos, redução do consumo de energia, destinação correta de materiais, utensílios e produtos que não têm mais serventia e práticas que unem as partes interessadas na empresa por meio de divulgação, campanhas, patrocínio e confraternização.

Portanto, com base na literatura notamos que as implantações de práticas sustentáveis ocasionam diversas vantagens para a organização, desde níveis gerenciais como no tripé ambiental, econômico e social, pois com a implantação destas práticas sustentável é possível desenvolver diferenciais competitivos e manter a organização no mercado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o contexto da globalização, da competitividade e da expansão da tecnologia, as empresas distribuem seus produtos e serviços em grande escala. Porém, os usos descontrolados dos recursos naturais geram diversos impactos no meio ambiente. Neste sentido, cabe às empresas desenvolverem seus processos por meio de práticas sustentáveis capazes de manter a preservação ambiental de modo que possam gerar valor para a organização. Observa-se em dados do Sebrae (2019) que a demanda dos produtos vem se modificando segundo a necessidade e objetivos dos clientes. É evidente, diante deste contexto, que os consumidores ao escolher seus produtos e serviços tendem a optar por empresas que utilizam meios de produção que visam a sustentabilidade.

Logo, é indispensável que as empresas estejam conscientes dos impactos de suas atividades ao meio ambiente, adotando medidas para amenizá-los. Sendo assim, o empresário tem que estar em constante atenção às inovações, uso de tecnologias limpas e, sobretudo com a preservação de recursos não renováveis.

Vale destacar que o presente ensaio teórico teve como finalidade demonstrar os diversos conceitos que abordam sobre as práticas sustentáveis, responsabilidade social e criação de valor no contexto empresarial. A relevância deste estudo é evidenciada pela compressão das relações entre sustentabilidade e criação de valor, desdobrando-se em perspectivas que delineiam um modelo de negócio inovador para a estratégia empresarial. Este paradigma, fundamentado em práticas sustentáveis, não apenas desafia os modelos tradicionais, mas também oferece uma visão aprofundada sobre como as empresas podem progredir, não apenas em termos econômicos, mas também em sua contribuição positiva para o ambiente e a sociedade em geral. Este estudo amplia nosso entendimento sobre a relação entre sustentabilidade e criação de valor, mas também proporciona métodos para a gestão empresarial buscar estratégias inovadoras e socialmente responsáveis no contexto em que executam suas atividades.

REALIZAÇÃO:



APOIO:



GOVERNO
DO ESTADO
DO PARÁ





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Dean Fábio Bueno. DIREITO SOCIOAMBIENTAL: O Significado da Eficácia e da Legitimidade. Juruá. Curitiba. 2003.

ASSAF NETO, A. Finanças Corporativas e Valor. São Paulo: Atlas, 2003.

ALVES, A. P. F.; NASCIMENTO, L. F. M. D. Proatividade de Práticas Sustentáveis: Uma Análise das Práticas da Empresa Mercur S/A. Revista de Administração UFSM, v. 9, n. Especial, p. 25-42, Ago. 2016.

ALTENFELDER, Ruy. Desenvolvimento sustentável. Gazeta Mercantil. 06 maio 2004, A3.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Instrução Normativa n10, de 12 de novembro de 2012. Disponível em: www.mme.gov.br. Acesso em :01/09/2022

BERNARDO, D. C. R. et al. Investimentos em responsabilidade social empresarial criam valor para as empresas? Um estudo das companhias de capital aberto no Brasil. In: SEMINÁRIOS DE ADMINISTRAÇÃO, 9, 2006, São Paulo. Anais... São Paulo: FEA/USP, 2006. Disponível em:
<http://sistema.semead.com.br/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/363.pdf> Acesso em: 26.08.2022

BORGER, F. G. Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial. 244f. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2001

BARBIERI, J. C. Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos. São Paulo: Saraiva, 2007.

BARBIERI, J. C.; VASCONCELOS, I. F. G.; VASCONCELOS, F.C. Inovações e sustentabilidade: novos modelos e proposições. Revista de Administração de Empresas – RAE, v. 50, n. 2, p. 146-154, abr/jun. 2010. Disponível em:<
<http://www.scielo.br/pdf/rae/v50n2/02>>. Acesso em: 02 agosto. 2022.

BRAGA, B.; HESPANHOL, I.; LOTUFO, J. G. C.; MIERZWA, J. C.; THADEU. M. L. deB.; SPENCER, M.; PORTO, M.; NUCCINI, JULIANO, N.. EIGER, S. Introdução à Engenharia Ambiental - 2ª. Ed. São Paulo: Pearson Prentice hall, 2005.

BIBRI, Simon Elias; KROGSTIE, John. Smart sustainable cities of the future: An extensive interdisciplinary literature review. Sustainable Cities and Society, vol. 31, p.

REALIZAÇÃO:



UNAMA

APOIO:



GOVERNO
DO ESTADO
DO PARÁ





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



183–212, 2017. DOI 10.1016/j.scs.2017.02.016. Available at:
<http://dx.doi.org/10.1016/j.scs>.

BUSCH, Erica; RIBEIRO, Helena. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL: REVISÃO DA LITERATURA SOBRE CONCEITOS

CAMPOS, V.; PRESSIER, N. Gerenciamento da imagem: a influência da comunicação integrada para agregar valor econômico à marca. UNAMA, n.2, p. 38-44, 2015

COLTRO, A. Ética e responsabilidade social corporativa: questões contemporâneas. São Paulo: Conhecimento & Sabedoria, 2004.

DUARTE, Alexandre O. Auto-Regulação e Governança nas Associações e seus Reflexos nos Stakeholders: um estudo exploratório. In: Revista Integração, FGV-SP, ano VIII, n. 50, mai., 2005. Disponível em: . Acesso em: agosto. 2022.

DE SOUZA, Maria. Rumo à prática empresarial sustentável. Revista Administração Empresarial, FGV-SP, vol.33, p.1-13, Agosto,1993. Disponível em:
<https://doi.org/10.1590/S0034-75901993000400005> Acesso em: 15/08/2022.

ELKINGTON, John. Canibais com garfo e faca. São Paulo: M. Books do Brasil Z Editora Ltda. 2012.

FREITAS, Juarez. Sustentabilidade: direito ao futuro. 2. ed. Belo Horizonte, MG: Fórum, 2012.

FERRER, Gabriel Real; CRUZ, Paulo Márcio. Direito, sustentabilidade e a premissa tecnológica como ampliação de seus fundamentos. In: SOUZA, Maria Cláudia da Silva Antunes de; REZENDE, Elcio Nacur. Sustentabilidade e meio ambiente: efetividades e desafios. Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2017.

GAN, Xiaoyu; FERNANDEZ, Ignacio C; GUO, Jie; WILSON, Maxwell; ZHAO, Yuanyuan; ZHOU, Bingbing; WU, Jianguo. When to use what: Methods for weighting and aggregating sustainability indicators. Ecol. Indic., vol. 81, no. June, p. 491–502, 2017. DOI 10.1016/j.ecolind.2017.05.068.

INSTITUTO ETHOS. O que é responsabilidade social empresarial. Disponível em:<http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx>. Acesso em:10/08/2022.

REALIZAÇÃO:



APOIO:



GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



LANTOS, G. P. The boundaries of strategic corporate social responsibility. North Easton, 2001. Disponível em faculty.stonehill.edu/glantos/Lantos1/PDF_Folder/Pub_arts_pdf/Strategic%20CSR.pdf. Acesso em: 12/08/ 2022.

LAMEIRA, V. J. *et al.* Sustentabilidade tem valor? – Uma investigação no mercado de capitais brasileiro. In: ENCONTRO DA ANPAD, 36, 2012, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2012. Disponível em: http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/63/2012_CON414.pdf. Acesso em: 10.09. 2022.

MACHADO, A. de Q. Licenciamento Ambiental: atuação preventiva do Estado à luz da Constituição da República Federativa do Brasil. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2012.

MAYER, Audrey L. Strengths and weaknesses of common sustainability indices for multidimensional systems. *Environment International*, vol. 34, no. 2, p. 277–291, 2008.

MENDES, Jefferson Marcel Gross. Dimensões da Sustentabilidade. *Revista das Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba – Inove*. Curitiba, v. 7, n. 2, p. 49-59, 2009. Disponível em: <http://www.santacruz.br/v4/download/revista-academica/13/cap5.pdf>. Acesso em: 18 junho. 2022.

MORI, Koichiro; CHRISTODOULOU, Aris. Review of sustainability indices and indicators: Towards a new City Sustainability Index (CSI). *Environmental Impact Assessment Review*, vol. 32, no. 1, p. 94–106, 2012.

NETO, A. A.; ARAÚJO, A. M. P.; FREGONESI, M. S. F. A. Gestão baseada em valor aplicada ao terceiro setor. *Revista Contabilidade & Finanças*, v. 17, p. 105-118, 2006.

NEGRÃO, K.R.M; GOMES, S. C; CARVALHO, M.C.S. Gestão Estratégica para Sustentabilidade. X Encontro de estudos em estratégia -São Paulo - 16 - 18 de maio de 2023. Disponível em: http://anpad.com.br/pt_br/event/details/122/1919. Acessado em: 15/06/2023.

PAZ, F. J.; KIPPER, L. M. Sustentabilidade nas organizações: vantagens e desafios. *GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas*, Bauru, Ano 11, nº 2, p. 85- 102, abr-jun/2016.

PASSOS, E. Ética nas organizações. São Paulo: Atlas, 2004.

PÓVOAS, Monike Silva. O amor na sociedade de risco: a sustentabilidade e as relações de afeto. In: SOUZA, Maria Cláudia da Silva Antunes de; ARMADA, Charles

REALIZAÇÃO:



APOIO:





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



Alexandre. Sustentabilidade, meio ambiente e sociedade: reflexões e perspectivas [e-book]. Umuarama: Universidade Paranaense – UNIPAR, 2015.

PORTER, M. E. Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Tradução: Elizabeth Maria de Pinho Braga. Rio de Janeiro: Elsevier, 1989

PHILIPPI, Luiz Sérgio. A Construção do Desenvolvimento Sustentável. In.: LEITE, Ana Lúcia Tostes de Aquino; MININNI-MEDINA, Naná. Educação Ambiental (Curso básico à distância) Questões Ambientais – Conceitos, História, Problemas e Alternativa. 2. ed, v.5. Brasília:Ministério do Meio Ambiente, 2001.

SACHS, Ignacy. Estratégias de transição para o Século XXI: desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo, SP: Studio Nobel: Fundação do desenvolvimento administrativo, 1993.

SATO, S. C. C.; FERREIRA, D. D. M. Relate ou explique para os objetivos de desenvolvimento sustentável: comportamento e motivos apresentados pelas empresas. Sustainable Business International Journal, Faculdade de Administração e Ciências

Contábeis da Universidade Federal Fluminense, vol. 1, n. 93, jan. 2021. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/sbijournal/article/view/45499>>. Acesso em: 07/09/2022.

STEPHENSON, Robert L.; HOBDAV, Alistair J.; ALLISON, Edward H.; ARMITAGE, Derek; BROOKS, Kate; BUNDY, Alida; CVITANOVIC, Christopher; DICKEY-COLLAS, Mark; GRILLI, Natalia de Miranda; GOMEZ, Catalina; JARRE, Astrid; KAIKKONEN, Laura; KELLY, Rachel; LÓPEZ, Romain; MUHL, Ella Kari; PENNINO, Maria Grazia; TAM, Jamie C.; VAN PUTTEN, Ingrid. The Quilt of Sustainable Ocean Governance: Patterns for Practitioners. Frontiers in Marine Science, vol. 8, no. March, 2021.

ZANDONÁ, Gleison. Práticas sustentáveis: um estudo de caso na empresa Águas Minerais Sarandi Ltda. Orientador: Tiago Patias . 2019. 46. Graduação– Administração, Universidade Federal de Santa Maria, Palmeira das Missões-RS. 2019 . Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/20117>. Acesso em: 20/08/2022.

SILVA, Antonio Sergio da; SOUZA, José Gilberto de; LEAL, Antonio Cezar. A sustentabilidade e suas dimensões como fundamento da qualidade de vida. Geoatos: Revista Geografia em Atos, Presidente Prudente, v. 1, n. 12, p. 22-42, jun. 2012. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/geografiaematos/article/view/1724/sergiosilva>>. Acesso em: 19.08.2021.

REALIZAÇÃO:



APOIO:



GOVERNO
DO ESTADO
DO PARANÁ





UNAMA

APRESENTA:

CIÊNCIA E INOVAÇÃO
EM GESTÃO NA
AMAZÔNIA



Silva, S. S. & Reis, R. P. (2011). Sustentabilidade nos discursos organizacionais: uma luz no fim do túnel ou perfumaria? Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Anais. Rio de Janeiro – RJ, Brasil.

KOVACS, Eniko; HOAGHIA, Maria Alexandra; SENILA, Lacrimioara; SCURTU, Daniela Alexandra; DUMITRAS, Diana Elena; ROMAN, Cecilia. Sustainability problematization and modeling opportunities. Sustainability (Switzerland), vol. 12, no. 23, p. 1–26, 2020.

KUMAR, R. Valuation: theories and concepts. United States: Academic Press, 2015.

WHITEHOUSE, L. Corporate social responsibility, corporate citizenship and the global compact: a new approach to regulating corporate social power? Global Social Policy, v.3, n.3, p.299-318, 2003. ©INTERFACEHS – Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente - v.4, n.2, Artigo 1, maio/ ago. 2009 www.interfacehs.sp.senac.br YOUNG, R. Dilemmas and advances in corporate social responsibility In Brazil: the work of the Ethos institute. *Natural Resources Forum*, v.28, p.291-301, 2004.

REALIZAÇÃO:



UNAMA

APOIO:



GOVERNO
DO ESTADO
DO PARÁ

