

# A PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA NO CENÁRIO PÓS-PANDEMIA

**SANTOS, Vanessa Aparecida Bueno<sup>1</sup>**

Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva – FAIT

**MARTINIUK, Viviane Cristina<sup>2</sup>**

Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva – FAIT

## RESUMO

Práticas sustentáveis possibilitam garantir existência e usufruto dos recursos naturais para as próximas gerações. A concepção de responsabilidade social por parte das empresas vem sendo bastante difundida. As organizações adotam ações sustentáveis e garantem, a médio e longo prazo, condições de um mundo mais saudável e a preservação dos recursos naturais. Neste contexto, o objetivo deste artigo foi realizar uma revisão bibliográfica a respeito da sustentabilidade empresarial como estratégia pós-pandemia do COVID-19. Desta forma, entende-se que este trabalho embasa metodologicamente em uma pesquisa exploratória. A sustentabilidade empresarial conduz a um novo modelo de gestão de negócios onde a empresa sustentável é aquela que gera lucro protegendo os recursos naturais. Com a pandemia as empresas tiveram que se reorganizar e estabelecer novos métodos de trabalho e formas de obterem lucros. As empresas estão se renovando em busca de se estabelecer no mercado e de se adaptar ao novo normal.

**Palavras-Chave:** COVID-19, gestão empresarial, recursos naturais, sustentável

## ABSTRACT

Sustainable practices make it possible to guarantee the existence and enjoyment of natural resources for the next generations. The concept of social responsibility on the part of companies has been very widespread. Organizations adopt sustainable actions and guarantee, in the medium and long term, conditions for a healthier world and the preservation of natural resources. In this context, the objective of this article was to carry out a bibliographic review on corporate sustainability as a post-pandemic strategy for COVID-19. Thus, it is understood that this work is methodologically based on exploratory research. Corporate sustainability leads to a new business management model where the sustainable company is one that generates profits while protecting natural resources. With the pandemic, companies had to reorganize and establish new working methods and ways to make a profit. Companies are renewing themselves in search of establishing themselves in the market and adapting to the new normal.

**Keywords:** COVID-19, business management, natural resources, sustainable

<sup>1</sup> Acadêmico do 8º período da Faculdade de Administração da Fait. E-mail: [vanessa-buenosantos@hotmail.com](mailto:vanessa-buenosantos@hotmail.com)

<sup>2</sup> Mestranda pela Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP; Docente na Faculdade de Administração da FAIT. E-mail: [vicma.prof@gmail.com](mailto:vicma.prof@gmail.com)

## 1. INTRODUÇÃO

A concepção de responsabilidade social por parte das empresas vem sendo bastante difundida. Especialmente nos países mais desenvolvidos, as empresas enfrentam, crescentemente, novos desafios impostos pelas exigências dos consumidores, pela pressão de grupos da sociedade organizada e por legislações e regras comerciais (KRAEME, 2005).

A responsabilidade social corporativa, segundo Young (2004), definitivamente se tornou uma importante ferramenta para a sustentabilidade das organizações. Hoje, os conceitos que norteiam uma gestão socialmente responsável – a relação ética e transparente com todos os públicos que se relacionam com a empresa para o desenvolvimento do seu negócio e da sociedade.

A sustentabilidade vem ganhando espaço e se tornando para as empresas um marco central para gerenciar suas condutas e gerando para si uma imagem, atingindo e proporcionando dimensões favoráveis em todos os setores, seja no meio ambiente, na economia, na educação, na administração, ou em várias outras áreas (SILVA, 2017).

As organizações adotam ações sustentáveis e garantem, a médio e longo prazo, condições de um mundo mais saudável, a preservação dos recursos naturais para as próximas gerações, possibilitando também um mundo mais consciente quanto à escassez e para manter os recursos naturais (flora e fauna), incorporando ações sustentáveis, ou seja, garantidos a médio e longo prazo. O Conceito de Sustentabilidade é complexo, pois atende a um conjunto de variáveis interdependentes, mas podemos dizer que deve ter a capacidade de integrar as Questões Sociais, Energéticas, Econômicas e Ambientais (LEITE, 2013).

A sustentabilidade nas empresas, ou melhor, a sustentabilidade empresarial é um conceito que abrange as questões ambientais, sociais e econômicas. Afinal, ser sustentável significa ter a capacidade de se sustentar economicamente, socialmente e ambientalmente. O termo sustentabilidade empresarial se tornou mais popular entre as empresas depois que os consumidores começaram a exigir das empresas a responsabilidade ambiental e social pelas suas atividades. De fato, a sustentabilidade é uma das maiores preocupações da sociedade atual, principalmente entre os mais jovens que estão mais ligados às questões ambientais. Os consumidores atuais dão preferência para comprar de marcas que valorizam a questão da sustentabilidade empresarial (VG RESÍDUOS, 2020).

De acordo com a Polen (2020) a sustentabilidade era vista como uma tendência para o ano de 2020. Em janeiro, segundo estudo publicado pela gigante de tecnologia IBM, os consumidores indicavam estar propensos a pagar 35% a mais por produtos sustentáveis e transparentes. Nesse meio tempo, infelizmente, veio a crise do coronavírus, com consequências desastrosas para toda a sociedade. Durante a pandemia, estamos observando diferentes dificuldades no enfrentamento do vírus devido às gritantes desigualdades sociais, ao mesmo tempo que acompanhamos um maior equilíbrio dos ecossistemas naturais com o isolamento social. Ambos os acontecimentos só indicam que, em tempos normais, estamos atuando de forma insustentável (GODIM, 2020).

Segundo Maciel (2020) erguida sob o tripé responsabilidade social, responsabilidade ambiental e economia, a sustentabilidade ganha, a partir da epidemia do Covid-19, um novo significado. A indicação de que o novo coronavírus tenha passado de um ambiente selvagem para o urbano, apontando um grave desequilíbrio ecológico, é o início de uma discussão que aponta para a urgente necessidade de um controle dos níveis de consumo e produção e, obviamente, o uso consciente dos recursos naturais (MACIEL, 2020). Ser sustentável agora tende a ser o novo normal competitivo. ESG (sigla em inglês para os temas ambientais, sociais e de governança) começa a ser visto como sinônimo de investimento bom, inteligente e cuidadoso. Mudaram as visões de ativo, passivo e retorno (VOLTOLINI, 2020).

O objetivo deste artigo foi realizar uma revisão bibliográfica a respeito da sustentabilidade empresarial como estratégia pós-pandemia do COVID-19.

## **2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Por meio da revisão bibliográfica de fontes pertinentes ao assunto, foram consultados principalmente artigos, livros, demais trabalhos acadêmicos, associações independentes de diversos setores (sindicatos, instituições de pesquisa, associações), bem como websites idôneos e de caráter científico de companhias presentes no mercado, todo esse material deu suporte técnico para embasar o estudo realizado e auxiliou no processo de coleta de informações necessárias. Desta forma, entende-se que este trabalho embasa metodologicamente em uma pesquisa exploratória, que é caracterizada pelo desenvolvimento e esclarecimento de ideias, e tem o objetivo de oferecer uma visão panorâmica, do tema escolhido em tela (GONÇALVES, 2001).

A metodologia centrou-se em busca apurada e detalhada para chegar ao objetivo geral do trabalho, e para tanto, foram utilizadas publicações científicas do ano de 1991 a 2020 no período de maio de 2020 a agosto de 2020. De acordo com Marconi e Lakatos (2005) a pesquisa bibliográfica refere-se ao levantamento de toda bibliografia publicada sobre o assunto pesquisado, podendo ser em livros, revistas, publicações e imprensa escrita.

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

#### **3.1 Sustentabilidade: breve histórico e conceito**

Conforme Dias (2007) a partir do momento em que a humanidade adotou o sedentarismo no período da revolução neolítica (8.000 a 10.000 anos atrás) e passou a viver em aldeias, vilas e cidades, a atividade humana gerou impactos crescentes sobre o meio ambiente. No entanto, o nível de problemas gerados pelas atividades humanas depois da revolução industrial (século XVIII) e suas concentrações urbanas foram os maiores da história da humanidade. A ampliação e a gravidade dos impactos ambientais em nível mundial cresceram e aceleraram desde então numa velocidade sem precedentes, até a segunda metade do século XX, quando atingiram níveis extraordinários devido à intensificação do consumo.

O termo sustentabilidade vem sendo utilizado desde a década de 1960, quando se começou a perceber que os recursos naturais eram esgotáveis, e que se não houvesse uma mudança nas práticas cotidianas, a crise quanto aos recursos naturais, sociais e econômicos seriam inevitáveis (VEIGA, 2010). Outros elementos importantes foram introduzidos nesse debate. Em 1972, durante a Conferência de Estocolmo, a preocupação quanto ao crescimento populacional, processo de urbanização e a tecnologia envolvida na industrialização foram inseridos na pauta (BELLEN, 2006).

Segundo Miller (2011, p. 3), “a sustentabilidade é a capacidade dos diversos sistemas da terra, incluindo as economias e sistemas culturais humanos, de sobrevivência de se adaptarem às condições ambientais em mudança”. Para Giacometi apud Bacha, Santos e Schaun (2010, p. 6), “a sustentabilidade é um objetivo que deve permear as ações das sociedades contemporâneas, diminuindo o uso insensato dos recursos renováveis e não renováveis”.

A noção e os conceitos de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável trazem novos desafios para as empresas, os quais envolvem a construção da sua credibilidade, legitimidade e imagem (ALIGLERI *et al.*, 2009). Guiadas por essa nova postura, observa-se que as empresas estão cada vez mais desenvolvendo ações e recursos socialmente corretos, ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis (ALIGLERI *et al.*, 2009).

O consumo de recurso natural é inevitável, porém é preciso limitar o seu uso. A qualidade de vida das gerações atuais e futuras é alcançada pela mescla e interação de várias áreas: economia, pobreza, lazer, saúde, educação, habitação entre outras. Portanto, é imprescindível ver a sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável como multidimensional, possuindo interdependências entre as variadas dimensões, que compõe o complexo sistema que o ser humano está inserido (MENDES, 2009).

### **3.2 Sustentabilidade como ferramenta estratégica empresarial**

Atualmente a sustentabilidade no ambiente de negócios não é percebida apenas como uma iniciativa ambiental, e sim como uma estratégia empresarial que gera valor a partir da busca de melhores resultados sociais e ambientais. Para Oliveira (2001), a estratégia pode ser entendida como um instrumento utilizado pela empresa para alcançar os objetivos pretendidos. Assim, estratégias bem definidas, com objetivos claros e precisos, tornam-se um diferencial competitivo para as organizações no contexto atual.

Com os avanços tecnológicos o meio ambiente tem sofrido grandes conflitos por ação humana, tais como desmatamento de florestas, assoreamento de rios, contaminação da atmosfera, alguns processos de degradação atingem tais níveis que não são mais passíveis de recuperação (SILVA, 2017). Devido a isso, empresas estão cada vez mais mudando suas diretrizes para agregar a sustentabilidade como uma nova visão para poder atender as necessidades de seus consumidores e com isso promover alternativas viáveis de preservação do meio ambiente, utilizando isso como marketing para atrair cada vez mais clientes que são adeptos a vida saudável em vários âmbitos.

O conceito de sustentabilidade empresarial por sua vez, conduz a um novo modelo de gestão de negócios que leva em conta, no processo de tomada de decisão, além do pilar econômico, os pilares social e ambiental. A empresa sustentável é aquela que gera lucro para

os acionistas, ao mesmo tempo em que protege o meio ambiente e melhora a vida das pessoas com quem mantém interações (SAVITZ e WEBER, 2007).

De acordo com Almeida (2002) uma empresa para ser sustentável deve buscar em todas as suas ações e decisões a ecoeficiência, procurando produzir mais e com melhor qualidade, gerando menos poluição e utilizando menos recursos naturais. A empresa deve ainda ser socialmente responsável, assumindo que está imersa num ambiente social em que influi ao mesmo tempo em que sofre influência. A motivação dos líderes empresariais deve ser respaldada numa visão de longo prazo, em que se leve em consideração os custos futuros e não somente os custos presentes.

Ser uma organização sustentável significa, portanto, exercitar cotidianamente a responsabilidade e a busca permanente por menores riscos e externalidades negativas. E essa forma de gestão deixa de ser apenas uma busca da satisfação dos acionistas para inserir a organização numa sociedade com mais e melhor qualidade de vida. Ou seja, uma organização sustentável precisa ser economicamente lucrativa, ambientalmente correta e socialmente responsável. Sendo assim, as ações de sustentabilidade precisam atuar como suporte das estruturas de gestão das organizações, e não apenas como ações pontuais. (MARCONDES, 2007).

As empresas estão utilizando como instrumento de base, a estratégia competitiva sustentável e despertando na sociedade e concorrentes novas práticas e costumes benéficos para o ramo econômico, social e ambiental. As organizações procuram também estabelecer em seus objetivos a sustentabilidade em conjunto com a responsabilidade social corporativa, que forma um paradigma e age com objetivos iguais, que é proporcionar à sociedade e ao meio ambiente, táticas que possibilitem restaurar impactos das catástrofes já ocasionadas (SILVA, 2017).

Para Thompson, Strickland e Gamble (2011), estratégias nas empresas consistem na direção de competitividade e nas abordagens administrativas de gerentes, que utilizam para o crescimento dos negócios, atraindo e satisfazendo os clientes, competindo de modo bem-sucedido para alcançar os níveis almejados perante o desempenho organizacional.

Dentro de uma empresa a estratégia deve estar relacionada à arte de utilizar adequadamente os recursos físicos, financeiros e humanos, tendo em vista a maximização das oportunidades do ambiente da empresa e a minimização dos problemas. A estratégia empresarial tem por finalidade estabelecer quais serão os caminhos, os cursos, os programas



de ação que poderão ser seguidos para alcançar os objetivos almejados pela empresa. Desse modo, a estratégia empresarial vem sendo uma constante mutação, em que quase sempre altera suas próprias características. Assim, todo e qualquer processo de implantação e acompanhamento de estratégias empresariais ocorrem em circunstâncias de constantes mudanças (OLIVEIRA, 1991).

Em termos sociais, a empresa deve satisfazer aos requisitos de proporcionar as melhores condições de trabalho aos seus empregados, procurando contemplar a diversidade cultural existente na sociedade em que atua além de proporcionar oportunidades aos deficientes de modo geral. Além disso, seus dirigentes devem participar ativamente das atividades socioculturais de expressão da comunidade que vive no entorno da unidade produtiva. (DIAS, 2006).

Do ponto de vista ambiental, deve a organização pautar-se pela ecoeficiência dos seus processos produtivos, adotar a produção mais limpa, oferecer condições para o desenvolvimento de uma cultura ambiental organizacional, adotar uma postura de responsabilidade ambiental, buscando a não-contaminação de qualquer tipo de ambiente natural, e procurar participar de todas as atividades patrocinadas pelas autoridades governamentais locais e regionais no tocante ao meio ambiente natural. (DIAS, 2006).

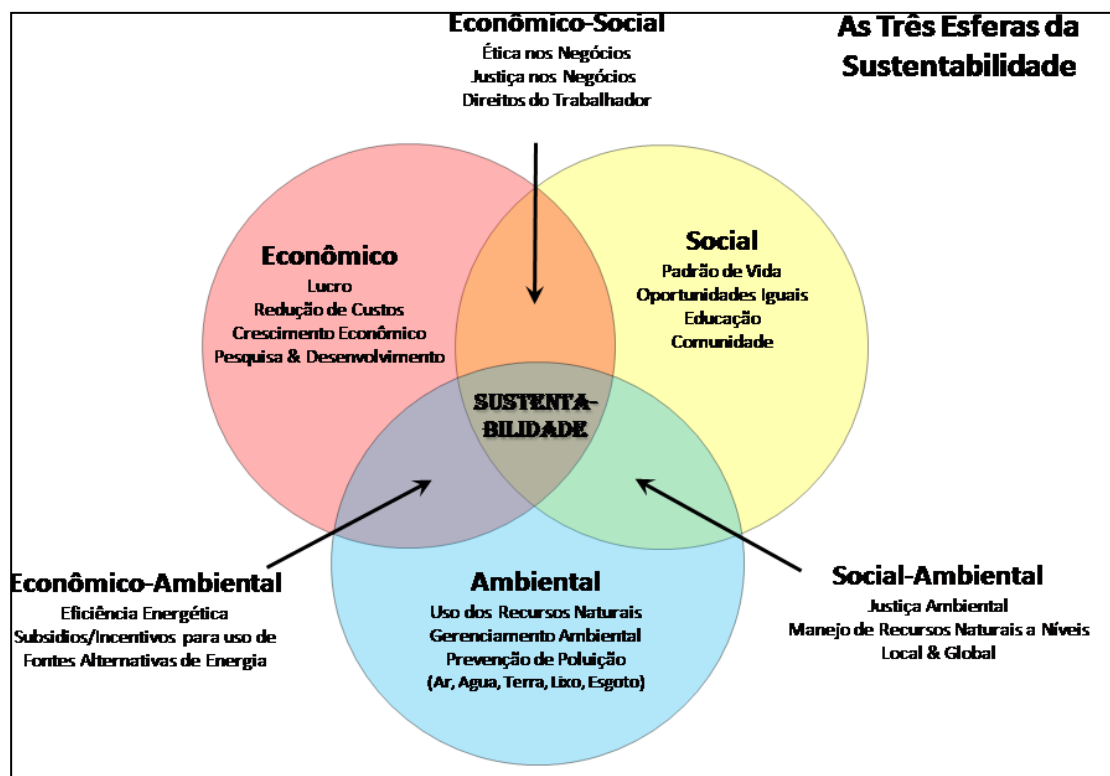
A sustentabilidade empresarial é compreendida atualmente como um condicionante de sucesso das empresas no longo prazo. Uma vez que, envolve relações múltiplas entre os aspectos econômicos, sociais e ambientais, buscado a seguridade e o bem-estar das gerações presentes e futuras a partir do uso racional e consciente dos recursos disponíveis (BRUNSTEIN *et al.*, 2012).

De acordo com Kischner *et al.* (2018) sob este enfoque, muitas empresas estão reorganizando suas estruturas de negócios com a inclusão do tripé da sustentabilidade como uma estratégia de gestão empresarial. Cujas principais características são o esforço para reduzir os impactos sociais e ambientais, através da adaptação de seus produtos, processos e estruturas organizacionais, levando em conta as atitudes dos diferentes atores na realização de novos negócios. Assim, à análise do tripé no âmbito das organizações estabelece a necessidade de melhorar a gestão dos recursos naturais, estruturais e comportamentais dos atores envolvidos dentro do ambiente interno e externo das empresas, de forma que possam obter resultados positivos e significativos no longo prazo.

No que tange ao aspecto econômico, a empresa deve ser capaz de produzir, oferecer e distribuir produtos e serviços, sem necessariamente praticar formas ilícitas de competitividade. Nesse sentido, o crescimento e desenvolvimento das empresas não podem ocorrer à custa de um desequilíbrio no ecossistema local (NASCIMENTO, 2012).

Essas dimensões descritas por Vellani e Ribeiro (2009) também são tratadas por outros autores como as três esferas da sustentabilidade, que podem ser representadas mais claramente na figura 1 evidenciada a seguir.

**Figura 1.** Esferas da Sustentabilidade



**Fonte:** (adaptação): University of Michigan- avaliação da sustentabilidade, SILVA (2017).

A figura representa uma análise das três esferas de sustentabilidade, em que a análise caracteriza a ferramenta de gestão para a empresa. Mostra pontos essenciais para as organizações seguirem e formarem uma boa estrutura de gestão, alcançando seus objetivos de forma sustentável em seus negócios. As empresas possuem papel relevante nesse processo, operando para atender as necessidades das pessoas e conduzir um desenvolvimento sustentável, possui um significado grande para as sociedades, instituições e as empresas que



atuam de forma a satisfazer as necessidades da população sem comprometer gerações futuras, satisfazendo de maneira que caracterize seus objetivos com foco sustentável (SILVA, 2017).

### **3.3 A sustentabilidade nas empresas pós-pandemia**

No relato de Cassou (2020) há algum tempo, o mundo pede para sermos mais sustentáveis na forma de viver, consumir e projetar. O tema sustentabilidade sempre esteve muito presente nos últimos anos, mais nunca foi 100% levado a sério. Com as mudanças da nossa sociedade pós-pandemia, sentimos a necessidade de deixar de tratar a sustentabilidade como um requisito “extra” e passar a tratá-la como obrigação dentro de nossas vidas, empresas e projetos. Com o lockdown que a maioria dos países viveu nesses últimos momentos, estudos apontaram que a diminuição da poluição foi drástica, principalmente nas grandes cidades. Cuidar do bem-estar e da saúde por meio de uma alimentação melhor, da higienização e de um consumo mais consciente também está sendo primordial para este momento histórico. Com todas essas mudanças de comportamento e novos aprendizados, a sustentabilidade volta a ser crucial nos dias de hoje (CASSOU, 2020).

De acordo com Vgresíduos (2020) a pandemia do coronavírus apresentou circunstâncias cruciais para que as organizações incorporassem os três pilares da sustentabilidade na sua estratégia: o social, o ambiental e o econômico. Com a pandemia as empresas tiveram que se reorganizar e estabelecer novos métodos de trabalho e formas de obterem lucros, como o home Office. Os cuidados com a saúde e o bem-estar dos colaboradores são fatos que o atual cenário tem despertado. Além da preocupação com a sociedade que é mais atingida com as restrições para conter a propagação do vírus. As iniciativas de solidariedade se tornaram uma questão de sobrevivência. Com pandemia, a tendência é que os consumidores e até mesmo os investidores fiquem mais atentos com os compromissos de sustentabilidade das organizações. Será que realmente a empresa que diz ser sustentável pratica os valores do termo em seu negócio? Principalmente o social (VGRESIDUOS, 2020).

Conforme Jr. Fei (2020) a situação econômica mundial está gerando muitas preocupações diante das incertezas do momento atual. Devido à angústia de um futuro incerto

e de um presente conturbado, muitas empresas estão procurando novas formas de ser manterem ativas e de trazerem inovações para o ambiente de trabalho, em busca de sucesso – ou até mesmo sobrevivência – em meio à crise.

Em contrapartida, o pós COVID-19 pode ser uma grande oportunidade de expandir os horizontes, trazendo novidades que ainda não eram exploradas antes nas empresas. Para melhor se adaptar a atual situação, na visão do autor, foi elaborado 5 ações visando o sucesso de seu negócio. Dentre elas, estão as melhores formas de se adaptar no ambiente de trabalho, como melhorar e otimizar os processos de sua empresa, a necessidade do investimento em marketing digital, a segurança preventiva de seus funcionários e o fortalecimento e renegociação de prazos e custos:

- 1. Adapte seus serviços à situação atual:** A adaptação empresarial está muito mais rápida do que nas décadas passadas, isso se deve ao fato da crescente evolução em todos meios de produção. Assim, mudanças como, por exemplo, o home office, equipes preparadas para situações de risco e até mesmo previsão de demanda, estão sendo mais requisitadas, proporcionando, aos que já estavam preparados, melhor segurança, planejamento, produtividade e, por consequência, sucesso em meio à crise;
- 2. Otimização de processos:** Com a paralização do mercado, diversos meios estão buscando métodos de eliminar ou cortar gastos desnecessários, sejam eles humanos, materiais ou organizacionais. Dito isso, uma forma de contribuir para esta busca é a otimização de processos, que consiste em um conjunto de ações que partem da área de mapeamento, de monitoramento, de compreensão e execução de tarefas. Além disso, também proporciona ao empreendedor um aumento significativo de produção e um ganho em seus resultados;
- 3. Invista em marketing digital:** Tanto na comunicação quanto nos negócios, a maneira que as pessoas vêm operando e vivendo migra cada vez mais para a área digital. Tal feito se deve ao fato de que as operações e comunicações online são realizadas com muito mais facilidade e eficácia, comparado ao clássico modo presencial e braçal. Tendo isso em mente, tornou-se essencial que as empresas passem, além de operar fisicamente, adentrar ao mundo do marketing digital;
- 4. Segurança preventiva:** A segurança preventiva, nos tempos de pandemia, é de grande importância. Assim, a OMS apresentou alguns protocolos a serem seguidos no

ambiente de trabalho, como a higienização dos ambientes, uso de máscara, distanciamento social e o plano de contingência, todos pensando na saúde e segurança dos funcionários. Contudo, mesmo no futuro com tudo voltando ao normal, o distanciamento social é indispensável para obter sucesso na proteção dos membros de sua empresa;

**5. Fortalecer parcerias, buscar novos fornecedores e renegociar contratos e preços:**

O mundo econômico foi surpreendido pela atual pandemia do COVID-19 e as consequências que a acompanham. Assim, com a paralisação e a incerteza de prazos decorrentes da presença de uma nova doença, a esfera econômica, à nível empresarial, sofreu desde dificuldades de pagamentos e rompimento de contratos até demissões em massa e declarações de falência. Dessa maneira, com a situação atual, é inevitável que grande parte dos setores mundiais sofram, incluindo o setor econômico. No entanto, para a sobrevivência no mercado, faz-se necessária a tomada de medidas atípicas. Nesse sentido, dentre as alternativas para se manter ativo no mercado, temos a renegociação de custos e valores com fornecedores atuais, busca por novos fornecedores com melhores e mais vantajosos contratos, fortalecimento de parcerias com sócios e clientes e consolidação do branding (JR. FEI, 2020).

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo da presente pesquisa consistiu em descrever a importância da sustentabilidade empresarial ainda mais neste momento que o mundo vive uma pandemia.

A estratégia da sustentabilidade empresarial tem por finalidade estabelecer caminhos pelos quais desejam alcançar os objetivos almejados pela empresa, como a busca de novos clientes usando como marketing a sustentabilidade. As empresas sustentáveis conseguem incorporar os conceitos que a sustentabilidade abrange e com isso agregando características inovadoras e pertinentes em sua produção. Uma empresa sustentável está associada a sua imagem ao mercado, fortalecendo perante a sociedade que é uma empresa socialmente justa e politicamente correta; desse modo a sustentabilidade empresarial está cada vez mais expandindo no meio corporativo, ganhando cada vez mais destaque, pois uma empresa que se renova tende a ter seu crescimento exorbitantemente maior do que aquelas que ainda estão trabalhando em métodos que não se associam com a evolução humana. Como é o caso da

pandemia, onde buscar alternativas para se reinventar perante uma crise econômica por causa de um vírus faz a diferença no meio de uma organização empresarial.

## 5. REFERÊNCIAS

ALIGLERI, Lilian; ALIGLERI, Luiz Antonio; KRUGLIANSKAS, Isak. **Gestão socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio**. São Paulo: Atlas, 2009.

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

BACHA, Maria de Lourdes; SANTOS, Jorgina; SCHAUN Angela. **Considerações teóricas sobre o conceito de sustentabilidade**. VII SIMPÓSIO de Excelência em Gestão e Tecnologia. São Paulo: 2010. Disponível em: <[http://www.aedb.br/seget/artigos10/31\\_cons%20teor%20bacha.pdf](http://www.aedb.br/seget/artigos10/31_cons%20teor%20bacha.pdf)>. Acesso em: 11 jun. 2020.

BELLEN, Hans Michael Van. **Indicadores de Sustentabilidade: uma análise comparativa**. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BRUNSTEIN, Janette; NERISCARTEZINI, Vivian; RODRIGUES, Andreia Leite. **Sustentabilidade na educação corporativa e o desenvolvimento de competências societária. Organizações & Sociedade**, v. 19, n. 63, 2012.

CASSOU, Bárbara. **A sustentabilidade como foco principal no mundo pós-pandemia**. 2020. Disponível em: <<https://archtrends.com/blog/sustentabilidade-pos-pandemia/>>. Acesso em: 12 jul. 2020.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo, SP: Atlas, 2006.

DIAS, Reinaldo. **Marketing Ambiental**. São Paulo: Atlas, 2007.

GODIM, Luiza. **Sustentabilidade empresarial: a grande tendência pós-COVID**. 2020. Disponível em: <<https://www.creditologisticareversa.com.br/post/t-sustentabilidade-empresarial-a-grande-tendencia-pos-covid>>. Acesso em: 11 jun. 2020.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à pesquisa científica**. Campinas/SP: Alínea, 2001. p. 47-73, 80p.



HART; Stuart L; MILSTEIN, Mark B. Criando valor sustentável. **RAE Executivo**, v. 3, n. 2, p. 65 – 79, 2004. Disponível em: < <https://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/3363.pdf>>. Acesso em: Ago. 2016.

JUNIOR FEI. **Preocupado com o futuro de sua empresa? Confira 5 ações necessárias para seu sucesso pós COVID-19.** 2020. Disponível em: <[https://blog.jrfei.com/preocupado-com-o-futuro-de-sua-empresa-confira-5-acoes-necessarias-para-seu-sucesso-pos-covid-19/?gclid=Cj0KCQjw-af6BRC5ARIsAALPIIUQWV1U1neRPXRuZzMMwnb4dpawp11QW1dEYoDkGJBcorik7vKYs8waAhh\\_EALw\\_wcB](https://blog.jrfei.com/preocupado-com-o-futuro-de-sua-empresa-confira-5-acoes-necessarias-para-seu-sucesso-pos-covid-19/?gclid=Cj0KCQjw-af6BRC5ARIsAALPIIUQWV1U1neRPXRuZzMMwnb4dpawp11QW1dEYoDkGJBcorik7vKYs8waAhh_EALw_wcB)>. Acesso em: 25 ago. 2020.

KRAEME, Maria Elisabeth Pereira. Responsabilidade social corporativa: uma contribuição das empresas para o desenvolvimento sustentável. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)**. Faculdade Cenecista de Campo Largo - Coordenação do Curso de Administração v. 4, n. 1, maio/2005. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/307764486\\_RESPONSABILIDADE\\_SOCIAL\\_CORPORATIVA\\_UMA\\_CONTRIBUICAO\\_DAS\\_EMPRESAS\\_PARA\\_O\\_DESENVOLVIMENTO\\_SUSTENTAVEL\\_doi\\_105329RECADM20050401005](https://www.researchgate.net/publication/307764486_RESPONSABILIDADE_SOCIAL_CORPORATIVA_UMA_CONTRIBUICAO_DAS_EMPRESAS_PARA_O_DESENVOLVIMENTO_SUSTENTAVEL_doi_105329RECADM20050401005)>. Acesso em: 15 jun. 2020.

KISCHNER, Patrícia; VIONE, Cristiane Ivete Bugs; WELTER, Clarice Vepo do Nascimento; ZANOVELLO, Celio. **Sustentabilidade empresarial:** o caso de uma agroindústria do noroeste do RS. 2018. 11p. Salão do Conhecimento. Ciência para a redução das desigualdades. XXIII Jornada de Pesquisa.

LEITE, Ana Carolina Gomes Moreira. **A sustentabilidade empresarial, social e as fontes de energias.** Pós graduação, 2013. 656p. Pontifícia universidade católica de São Paulo faculdade de economia, administração, contabilidade e atuariais. São Paulo/SP. Disponível em: < <https://www.pucsp.br/sites/default/files/download/posgraduacao/programas/administracao/bisus/bisus-2s-2103-v1.pdf>>. Acesso em: 11 maio 2020.

MACIEL, Daniela. **Sustentabilidade ganha importância com pandemia do novo coronavírus.** 2020. Diário do Comércio Disponível em: <<https://diariodocomercio.com.br/negocios/sustentabilidade-ganha-importancia-com-pandemia-do-novo-coronavirus/>>. Acesso em: 11 maio 2020.

MARCONDES, Adalberto. W. **A Trilha da Sustentabilidade.** 2007. Seção Notícias. Disponível em: < <http://www.agsolve.com.br/noticia.php?cod=448> > Acesso em: 12 jun. 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva. Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005. 310p.

MENDES, Jefferson Marcel Gross. Dimensões da sustentabilidade. **Revista das Faculdades Santa Cruz**, v. 7, n. 2, p. 49-60, jul-dez, 2009. Disponível em: < <http://www.santacruz.br/v4/download/revista-academica/13/cap5.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2020.



MILLER, G. Tyler. **Ciência Ambiental**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro Do. Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. **Estudos avançados**, v. 26, n. 74, p. 51-64, 2012. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/10624>>. Acesso em: 23 maio 2020.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Estratégica empresarial: uma abordagem empreendedora**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo, Atlas, 1991.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Manual de gestão das cooperativas: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas, 2001.

POLEN. Sustentabilidade empresarial: a grande tendência pós-COVID. 2020. Disponível em: < <https://www.creditodelogisticareversa.com.br/post/t-sustentabilidade-empresarial-a-grande-tendencia-pos-covid#:~:text=A%20sustentabilidade%20era%20vista%20como,por%20produtos%20sustent%C3%A1veis%20e%20transparentes.>>. Acesso em: 22 out. 2020.

SAVITZ, Andrew W.; WEBER, Karl. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental**. Elsevier. 2007.

SILVA, Danielly Rodrigues da. **Sustentabilidade empresarial como estratégia competitiva: análise de empresas brasileiras classificadas como mais sustentáveis em 2016**. 2017. 39p. Monografia (Obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis). Fundação Universidade Federal de Rondônia – UNIR. Cacoal/RO. Disponível em: < <https://ri.unir.br/jspui/bitstream/123456789/1767/1/TCC%20-%20DANIELLY%20RODRIGUES%20DA%20SILVA.pdf>>. Acesso em 11 maio 2020.

THOMPSON, Arthur A Jr.; STRICKLAND, A. J. III; GAMBLE, John E. **A Administração Estratégica**. Conceito e técnicas para elaboração de estratégias. 15. ed.. Porto Alegre, AMGH, 2011.

VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

VELLANI, Cassio Luiz; RIBEIRO, Maisa de Souza. Sustentabilidade e Contabilidade. **Revista Contemporânea De Contabilidade – RCC**. UFSC, Florianópolis, ano 06, v.1, n°11, p. 187-206, Jan./Jun., 2009. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/2175-8069.2009v6n11p187/11610>>. Acesso em: 11 jun. 2020.



VGRESÍDUOS. **Como ficará a sustentabilidade nas empresas pós-pandemia?** 2020. Disponível em: < <https://www.vgresiduos.com.br/blog/sustentabilidade-nas-empresas-pos-pandemia/>>. Acesso em: 13 jun. 2020.

VOLTOLINI, Ricardo. **Como fica a sustentabilidade nas empresas depois que o vírus passar.** 2020. Disponível em: < <https://neofeed.com.br/blog/home/como-fica-a-sustentabilidade-nas-empresas-depois-que-o-virus-passar/>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

YOUNG, R. **Gestão da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável.** 2004. <<http://www.uniethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3888&Alias=uniethos&Lang=ptBR>>. Acesso em: 11 jun. 2020