

VI SIMPÓSIO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL ENACTUS BRASIL (2021)

A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL CORPORATIVA COMO VANTAGEM COMPETITIVA

Leonardo Ferreira de Azevedo
Matheus Meneses da Silva
Daniela Lima Sousa
Cícera Raquel Beserra Ramalho
Maria Waldilene Sousa Cavalcante

Resumo

A sustentabilidade é instrumento essencial ao planejamento estratégico nas organizações. Portanto, a presente pesquisa teve o objetivo de compreender a importância da responsabilidade socioambiental corporativa como uma vantagem competitiva por meio de uma revisão de literatura. Metodologicamente, é de natureza básica, tendo objetivo exploratório com abordagem qualitativa, constituindo-se de investigação bibliográfica. A responsabilidade socioambiental nas organizações, tornou-se vantagem competitiva, contribuindo para o aumento da eficiência produtiva, reduzindo os custos e reutilizando recursos naturais, além disso, os clientes tendem a consumir mais de empresas sustentáveis. Conclui-se que a responsabilidade socioambiental é imprescindível para alcançar vantagem competitiva.

Palavras-chave: responsabilidade socioambiental; sustentabilidade; vantagem competitiva; stakeholders; organizações.

Abstract

Sustainability is an essential tool for strategic planning in organizations. Therefore, this research aimed to understand the importance of corporate social and environmental responsibility as a competitive advantage through a literature review. Methodologically, it is of a basic nature, having an exploratory objective with a qualitative approach, consisting of bibliographical research. Social and environmental responsibility in organizations has become a competitive advantage, contributing to increased production efficiency, reducing costs and reusing natural resources, in addition, customers tend to consume more from sustainable companies. It is concluded that social and environmental responsibility is essential to achieve competitive advantage.

Keywords: social and environmental responsibility; sustainability; competitive advantage; stakeholders; organizations.

VI SIMPÓSIO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL ENACTUS BRASIL (2021)

Graduando em Administração, Centro Universitário Vale do Salgado - UniVS (leomises99@gmail.com).

Graduando em Administração, Centro Universitário Vale do Salgado - UniVS (matheus.lordm@gmail.com).

Graduanda em Administração, Centro Universitário Vale do Salgado - UniVS (danyelanr@hotmail.com).

Graduanda em Administração, Centro Universitário Vale do Salgado - UniVS (raquelramalho321@gmail.com).

Mestranda em Desenvolvimento Regional Sustentável, Universidade Federal do Cariri - UFCA. Professora do curso de Administração, Centro Universitário Vale do Salgado - UniVS (waldilenesouza@univs.edu.br).

INTRODUÇÃO

O potencial competitivo das organizações é o que as mantém consolidadas no mercado perante seus concorrentes, atraindo olhares de pessoas que possam vir a colaborar de alguma forma, seja como investidoras ou clientes. É importante frisar que as vantagens competitivas auxiliam as organizações a obterem um posicionamento positivo frente às demais. Para Baggio et. al (2019), as organizações precisam ter uma visão estratégica para melhor explorar os seus recursos internos e olhar seu ambiente externo com a intenção de alavancar recursos que proporcionem alguma vantagem competitiva.

Diante disso, esse ganho na competitividade pode conciliar-se com outros fatores que também são relevantes, tendo a finalidade de expor diferentes potenciais acerca da capacidade de se alcançar a missão da organização com um êxito maior em relação às suas concorrentes. Além disso, é fundamental entender a partir de que momento começou a existir o interesse pela sustentabilidade dentro das organizações. Dessa forma, de acordo com Silva (2009), iniciou-se esse interesse pela temática da sustentabilidade nas empresas a partir da década de 80 por meio da conscientização dos países em descobrir maneiras eficientes de promover o crescimento econômico sem afetar negativamente o meio ambiente e sem destruir o bem-estar das gerações futuras.

Alinhando a vantagem competitiva com as temáticas sociais e ambientais de uma organização, tem-se a responsabilidade socioambiental como um benefício. Segundo Paffarini et. al (2017), toda ação humana tem potencial de causar dano à natureza e a sociedade, portanto, a responsabilidade socioambiental procura diminuir essa incidência no mundo através de ações estratégicas. Complementando, Cohen et. al (2017), diz que a conduta socioambiental nos dias atuais se tornou um elemento relevante na avaliação das organizações para as novas gerações, tendo um impacto considerável na visão das pessoas.

A discussão acerca da responsabilidade socioambiental é imprescindível, pois proporciona às empresas um potencial competitivo muito forte, posicionando-as à frente de

VI SIMPÓSIO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL ENACTUS BRASIL (2021)

seus concorrentes, assim, chamando a atenção dos stakeholders, que segundo Godoy (2020), a responsabilidade socioambiental serve como instrumento para melhorar o gerenciamento de uma empresa. Nesse sentido, a presente pesquisa teve como problemática: qual a importância da responsabilidade socioambiental corporativa como uma vantagem competitiva?

O presente estudo justificou-se no âmbito acadêmico a partir das contribuições para o desenvolvimento da pesquisa referente à temática abordada. Além disso, buscou-se prestar auxílio às organizações, subsidiando-as com informações relevantes acerca da importância de possuir uma gestão socioambiental eficaz, servindo como vantagem competitiva para obter destaque no mercado de trabalho. Por fim, a pesquisa justificou-se para a sociedade por sua notoriedade ao possibilitar uma conscientização dos indivíduos sobre tais ações que envolvem a responsabilidade socioambiental, assim, influenciando positivamente a organização e o meio externo em que a mesma está inserida.

OBJETIVOS

A presente pesquisa teve como objetivo geral compreender a importância da responsabilidade socioambiental corporativa como uma vantagem competitiva por meio de uma revisão de literatura. De forma específica, contou com os seguintes objetivos: verificar a percepção dos gestores em relação à gestão socioambiental como vantagem competitiva para as organizações; analisar a visão dos stakeholders referente às organizações que praticam ações socioambientais; e, analisar o comportamento empresarial como uma oportunidade de novos negócios sustentáveis.

METODOLOGIA

Metodologicamente, o estudo é de natureza básica, que segundo Gil (1999), busca construir novos conhecimentos científicos, porém sem preocupar-se com suas consequências práticas. Tendo objetivo exploratório, que para Gil (2008), tem o intuito de esclarecer e modificar ideias com foco na elaboração de problemáticas exatas para pesquisas, futuramente. Além disso, teve abordagem qualitativa, sendo compreendida de acordo com Gerhardt e Silveira (2009), como uma pesquisa que não se preocupa com questões numéricas, mas com a compreensão aprofundada de aspectos da realidade de um grupo social, especificamente. Portanto, a pesquisa qualitativa busca responder às problemáticas existentes no universo sem a utilização de dados numéricos e estatísticos.

VI SIMPÓSIO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL ENACTUS BRASIL (2021)

A pesquisa foi construída como uma revisão sistemática de literatura. Segundo Morandi e Camargo (2015), é um tipo de revisão bibliográfica muito importante para a construção de pesquisas científicas, pois segue uma metodologia concreta, utilizando critérios pré-estabelecidos, sendo bastante relevante para uma pesquisa eficaz sobre um tema específico. Foram utilizadas as bases de dados *Google Acadêmico* e *SciELO* para buscar publicações de trabalhos científicos, realizando uma filtragem através dos descritores: (1) Sustentabilidade; (2) Responsabilidade Socioambiental; (3) Vantagem Competitiva; (4) Corporativa, resultando em 2.790 trabalhos científicos encontrados.

Como critérios estabelecidos para inclusão e exclusão de trabalhos publicados, usou-se como parâmetro de inclusão: (1) trabalhos científicos publicados em eventos e revistas científicas; (2) publicações com corte temporal de 2014 a 2021; (3) trabalhos publicados em língua portuguesa. Já quanto aos de exclusão: (1) artigos que não respondem à problemática proposta neste estudo; (2) trabalhos publicados em língua estrangeira; (3) trabalhos de revisão sistemática; (4) trabalhos publicados em periódicos internacionais. Logo, após a aplicação dos critérios citados anteriormente, foram excluídos 2.778 trabalhos científicos, sendo 12 elegíveis para análise.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A sustentabilidade é vista nas organizações como um conjunto de oportunidades que se inovam dentro do próprio negócio, sendo um meio para buscar novos mercados no universo empresarial. Com isso, sair na frente da concorrência quer dizer inovar, pois por muito tempo o quesito era apenas garantir a sobrevivência e buscar atingir o crescimento da empresa, porém, atualmente, o mercado competitivo exige bem mais. Com a contemporaneidade, os consumidores são atraídos por organizações que apresentam interesse e preocupação com o impacto social de suas ações, priorizando investir no desenvolvimento humano que ocorre através da sua expansão às comunidades com baixa renda e que são dos interiores das grandes capitais, ressaltando que tal fato também ocorre para empresas de pequeno porte (OLIVEIRA ET. AL, 2016).

A teoria que trata sobre sustentabilidade aborda a preocupação referente à preservação e a melhoria contínua das condições atuais e futuras no que tange a reprodução do capital no processo sociometabólico, sendo assim, a orientação é aperfeiçoar o sistema de capital para garantir a perpetuação. Já na versão crítica, a teoria tradicional abrange os graves problemas

VI SIMPÓSIO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL ENACTUS BRASIL (2021)

ocasionados no interior do sistema capitalista com suas possíveis consequências, entretanto, há uma defesa de critérios econômicos, sociais, culturais, políticos e jurídicos alinhados ao desenvolvimento do processo sociometabólico desse capital (FARIA, 2014).

Ao atrair consumidores, a sustentabilidade traz muitos benefícios para as empresas ao transformá-las em organizações verdes, pois cada vez mais, pessoas bem informadas buscam por produtos e/ou serviços advindos de empresas amigas do meio ambiente. Portanto, os consumidores preferem comprar em redes de varejo que promovem ações de proteção ao meio ambiente mesmo pagando um valor a mais por produtos, ecologicamente, corretos. Diante disso, percebe-se que a sustentabilidade promove os mais diversos tipos de vantagens às organizações como redução de custos e riscos, diminuindo o desperdício e gerando lucros, também melhorando o relacionamento com os consumidores e divulgando a imagem de empresa saudável e confiável, tendo como consequência a valorização das ações em bolsa, pois os investidores estão mais dispostos a investirem em ações de empresas ambientalmente sustentáveis. Então, verifica-se que a sustentabilidade passa a ser uma questão de atitude, estratégia e inovação, proporcionando mais oportunidades de lucro para a empresa e partes interessadas (OLIVEIRA ET. AL, 2016).

É essencial compreender a relação direta entre o desenvolvimento e a sustentabilidade, que segundo Grubba e Hamel (2016), o desenvolvimento sustentável possibilita a produção e o consumo de forma consciente para obter um meio ambiente equilibrado, buscando levar em consideração a qualidade de vida das futuras gerações, ou seja, o desenvolvimento sustentável busca contribuir para a proteção do meio ambiente como parte importante do processo de desenvolvimento. Logo, pode-se observar que não é possível existir desenvolvimento sem ter a presença da sustentabilidade.

Para Oliveira et. al (2018), a sustentabilidade como vantagem competitiva contribui para o crescimento das organizações, porque auxilia na maximização dos resultados operacionais, criando um diferencial estratégico, assim, as empresas notam a necessidade de desenvolver vantagem competitiva por meio da inovação com práticas tecnológicas e sustentáveis. Ademais, as organizações que investem em estratégias com viés para sustentabilidade tendem a obter benefícios frente aos seus concorrentes, pois cria-se uma imagem de empresa social e ambientalmente responsável.

Além disso, existe uma relação direta entre a criação de vantagens competitivas e os resultados financeiros obtidos pelas organizações que são sustentavelmente responsáveis. No

VI SIMPÓSIO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL ENACTUS BRASIL (2021)

tocante aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS, as empresas estudadas estão em sintonia com tais objetivos criados pela Organização das Nações Unidas - ONU, assim, demonstrando ter responsabilidade com as futuras gerações, mas sem deixar de atender as necessidades dos atuais descendentes. Valendo salientar que os consumidores tendem a comprarem mais produtos industrializados de empresas que são consideradas como sustentáveis no mercado. Logo, é notório que a sustentabilidade se tornou uma vantagem competitiva para as organizações que a praticam (BASSI; GASPARETTO; GONÇALVES, 2020).

Segundo Munaretto, Aguiar e Vieira (2017), as práticas que têm o intuito de diminuir os impactos negativos causados ao meio ambiente são vistas como vantagem competitiva para as empresas, independente do porte, podendo destacar algumas benesses dessas condutas sustentáveis como maior eficiência dos processos produtivos, contribuindo para a redução dos custos referentes à água e energia elétrica. Além do mais, as práticas sustentáveis ajudam as organizações a terem uma imagem positiva para seus consumidores.

No estudo sobre sustentabilidade de Silva et al. (2018), é percebido que a empresa da sua pesquisa valoriza as ações sustentáveis direcionadas à inovação, assim, buscando ter uma grande preocupação no que tange ao desenvolvimento de processos mais sustentáveis, utilizando compostos biodegradáveis e reciclagem de seus produtos. Dessa maneira, as práticas inovadoras voltadas para a sustentabilidade tornam-se fontes relevantes de vantagem competitiva. Portanto, é importante salientar que a organização estudada consegue reduzir os custos, conservar os recursos e obter novas oportunidades de negócios, sendo que tais benefícios são provenientes das práticas sustentáveis executadas pela empresa.

Para mais, de acordo com Costa et. al (2020), acerca da responsabilidade social no âmbito organizacional se tem a seguinte consideração:

Pode-se observar que a responsabilidade social da organização é consequência dos projetos e ações, frutos do compromisso de atender a sociedade. E esse foi o objetivo central deste projeto que teve como foco a geração da conscientização sobre os cuidados com o meio ambiente voltado para um olhar sustentável e com responsabilidade, incentivando a reciclagem e os cuidados com a dinâmica da natureza para as gerações futuras (COSTA ET. AL, 2020, p. 5).

De acordo com Oliveira et. al (2016), houve uma maior conscientização da sociedade acerca dos fatores ambientais a partir da década de 60, porém, no decênio seguinte criou-se um desafio a ser enfrentado pelos defensores do meio ambiente, pois surgiu a ideia que as

VI SIMPÓSIO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL ENACTUS BRASIL (2021)

organizações praticantes da sustentabilidade acabariam contrariando ou prejudicando o seu crescimento econômico. No entanto, no decenário de 80 após muitos esforços, evidenciou-se uma nova visão dos empresários em relação à sustentabilidade, visto que, verificou-se uma nova oportunidade para criar vantagem competitiva e aumentar a credibilidade com os stakeholders.

De acordo com Miragaia, Ferreira, Ratten (2017), a melhor denominação de stakeholders é que eles são agentes detentores de interesse na gestão de algumas empresas ou projetos, podendo ser classificados desde gestores, investidores e/ou clientes. Outro ponto relevante são as práticas de desenvolvimento sustentáveis e sociais que chamam a atenção dos stakeholders, tendo suas propensões alinhadas a esses desenvolvimentos, que podem proporcionar vantagens tanto para eles, quanto para as empresas (PARENTE, 2019).

Joselino et. al (2017), diz que é importante ter stakeholders alinhados às estratégias empresariais, sociais e sustentáveis, pois os mesmos influenciam comportamento, cultura, competitividade e, até mesmo, a lucratividade das organizações, sendo eles os agentes de sucesso desses fatores. Além disso, Silva (2020), vem corroborar ao enfatizar acerca da importância de incluir os stakeholders em tomadas de decisões, na tentativa de direcionar suas expectativas e interesses no desenvolvimento de soluções e desafios de projetos.

Diante do exposto, Santos, Fernandes e Mendonça (2017), relatam que as empresas possuidoras de ações e projetos direcionados à temática socioambiental saem na frente de suas concorrentes, visto que, o mercado atual necessita cada vez mais de posicionamento à frente de fatores que podem melhorar a qualidade de vida das pessoas e do meio ambiente, além de trazer melhorias significativas como aumento da lucratividade e fidelização dos clientes. Com isso, Santos, Macau e Bazanini (2017), reforçam com suas afirmações quando dizem que aos olhos dos stakeholders, uma organização com práticas, ações e projetos sustentáveis se torna oportunidade de crescimento e desenvolvimento profissional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve o objetivo de compreender a importância da responsabilidade socioambiental corporativa como vantagem competitiva por meio de uma revisão de literatura. Logo, tal objetivo foi alcançado com êxito em sua totalidade, sendo relevante destacar que a responsabilidade socioambiental é um instrumento eficaz para o desenvolvimento da vantagem competitiva para as organizações, pois contribui para

VI SIMPÓSIO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL ENACTUS BRASIL (2021)

diminuição dos custos provenientes do processo produtivo, além de reutilizar os recursos naturais.

Ademais, os consumidores estão cada vez mais conscientes em relação a atual situação do meio ambiente e conhecedores de atitudes positivas/verdes para melhorá-lo constantemente. Portanto, buscam consumir produtos sustentáveis em organizações que são social e ambientalmente responsáveis. Dessa maneira, as empresas que se preocupam em desenvolver ações sustentáveis, ou seja, que buscam diminuir os impactos negativos causados no meio ambiente, irão obter e consolidar vantagem competitiva no mercado contemporâneo que se configura tão instável, principalmente pelo momento pandêmico que se encontra todos os países, em especial, o Brasil.

Por fim, sugere-se para futuras pesquisas relacionadas à temática sobre responsabilidade socioambiental, realizar estudos com gestores de empresas localizadas na região do Centro-sul e do Cariri no estado do Ceará, tendo o intuito de compreender suas perspectivas sobre a sustentabilidade no âmbito organizacional e verificar se estão cientes da sua importância como vantagem competitiva, buscando enfatizar essa relevância no período de pandemia da COVID-19.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Daniela; GAVRONSKI, Iuri; LIMA, Vinicius Zanchet de. Inovação aberta: uma vantagem competitiva para pequenas e médias empresas. **RCA**. Fortaleza, CE, 2019. Disponível em: <https://periodicos.unifor.br/rca/article/view/7507>. Acesso em: 11 jun. 2021.

BASSI, W. D. G.; GASPAROTTO, A. M. S.; GONÇALVES, G. I. Desenvolvimento sustentável como vantagem competitiva na geração de valor para as organizações empresariais. **Revista Interface Tecnológica**, [S. l.], v. 17, n. 1, p. 279-291, 2020. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/index.php/interfacetecnologica/article/view/705>. Acesso em: 10 jun. 2021.

COHEN, Marcos; ET AL. Responsabilidade Socioambiental Corporativa como Fator de Atração e Retenção para Jovens Profissionais. **BBR**. Vitória, ES, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bbr/a/THJmk5T7WKCKTJgXvT8NnQt/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 11 jun. 2021

COSTA, Themistocles Leal et al. Responsabilidade social e desenvolvimento sustentável: uma ação do Projeto ENACTUS-FACIMP na Escola Municipal Machado de Assis II. In: V Simpósio Nacional de Empreendedorismo Social ENACTUS Brasil. **Anais do V Simpósio Nacional de Empreendedorismo Social ENACTUS Brasil**. São Paulo (SP) ENACTUS Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/vsneseb/256596->

VI SIMPÓSIO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL ENACTUS BRASIL (2021)

[responsabilidade-social-e-desenvolvimento-sustentavel-uma-acao-do-projeto-enactus-facimp-na-escola-municipal-mach/](https://www.enactus.org.br/pt-br/responsabilidade-social-e-desenvolvimento-sustentavel-uma-acao-do-projeto-enactus-facimp-na-escola-municipal-mach/). Acesso em: 03 jun. 2021.

FARIA, J.H. Por uma teoria crítica da sustentabilidade. **Organizações e Sustentabilidade**, v. 2, n. 1, p. 2-25, jan./jun. 2014. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/ros/article/view/17796/15172>. Acesso em: 13 jun. 2021.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. (Orgs.) **Métodos de Pesquisa**. Rio Grande do Sul: Editora UFRGS, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Método e Técnicas de Pesquisa Social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Método e Técnicas de Pesquisa Social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, Sara Gurfinkel M. **Governança corporativa e responsabilidade socioambiental**. 1.ed. São Paulo: Senac, 2020.

GRUBBA, Leilane Serratine; HAMEL, Eduardo Henrique. Desafios do desenvolvimento sustentável e os recursos naturais hídricos/ Challenges of sustainable development and water resources. **Revista Brasileira de Direito**, Passo Fundo, v. 12, n. 1, p. 100-111, jun. 2016. ISSN 2238-0604. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistadedireito/article/view/1111/841>. Acesso em: 04 jun. 2021.

JOSELINO, José Carlos Garcia et. al. A Importância dos Stakeholders na Estratégia Empresarial dos Bancos com base nos Relatórios de Sustentabilidade Gri. **Liceu On-line**. São Paulo, 2017. Disponível em: https://liceu.fecap.br/LICEU_ON-LINE/article/view/1770. Acesso em: 11 jun. 2021

MIRAGAIA, Dina Alexandre Marques; FERREIRA, João José de Matos; RATTEN, Vanessa. O envolvimento estratégico de stakeholders na eficiência das organizações desportivas sem fins lucrativos: de uma perspectiva de sobrevivência para a sustentabilidade. **BBR**. Vitória, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bbr/a/54QZZRC6jptjfj98Qswj5z/?lang=pt>. Acesso em: 11 jun. 2021.

MORANDI, Maria Isabel W. Motta; CAMARGO, Luis F. Riehs. Revisão sistemática da literatura. In: DRESCH, Aline; LACERDA, Daniel P.; ANTUNES JR, José A. Valle. **Design science research: método e pesquisa para avanço da ciência e da tecnologia**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

MUNARETTO, Lorimar Francisco; DE AGUIAR, Jéssica Thalheimer; VIEIRA, João Paulo. Implementação de práticas de sustentabilidade ambiental em uma empresa do setor mecânico. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade** (ISSN 2318-3233), [S.l.], v. 7, n. 3, p. 159-174, set. 2017. ISSN 2318-3233. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fmu.br/index.php/rms/article/view/1024>. Acesso em: 03 jun. 2021.

VI SIMPÓSIO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL ENACTUS BRASIL (2021)

OLIVEIRA, Macsuel Miranda de et. al. Desenvolvimento sustentável nas organizações como oportunidade de novos negócios. **Revista Valore**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 42-66, nov. 2016. ISSN 2526-043X. Disponível em: <https://revistavalore.emnuvens.com.br/valore/article/view/15/3>. Acesso em: 05 jun. 2021.

OLIVEIRA, G. T.; SILVA, R. M.; CARDOSO, A. P.; OLIVEIRA, M. S.; CASTRO, R. M. S.; PINTO, A. J. A. Sustentabilidade como vantagem competitiva nas organizações: um levantamento da responsabilidade das empresas. **Revista Brasileira de Administração Científica**. v. 9. n. 1. 2018. Disponível em: <http://www.sustenere.co/index.php/rbadm/article/view/2160>. Acesso em: 02 jun. 2021.

PAFFANINI, Jacopo; COLOGNESE, Mariangela Matarazzo Fanfa; HAMEL, Eduardo Henrique. A insuficiência da responsabilidade socioambiental empresarial na perspectiva do desenvolvimento sustentável. **Direito e Desenvolvimento**. João Pessoa, 2017. Disponível em: <https://periodicos.unipe.br/index.php/direitoedesenvolvimento/article/view/541>. Acesso em: 11 jun. 2021

PARENTE, Tobias Coutinho. **Sustentabilidade Organizacional**. 1.ed. São Paulo: Senac, 2019.

SANTOS, Pedro Vieira Sousa; FERNANDES, Ciro Henrique Araújo de; MENDONÇA, Jussara Chayenne Araújo Silva da. Projetos socioambientais: um olhar multidimensional sob as perspectivas geradas nos âmbitos escolar e comunitário. **4 Colóquio de Redes, Estratégia e Inovação**. Lavras, MG, 2017. Disponível em: <https://prograd.ufla.br/noticias-prg/205-iv-colouquio-de-redes-estrategia-e-inovacao>. Acesso em: 11 jun. 2021

SILVA, D. C. C. da. SC: Sustentabilidade Corporativa. In: **Anais do VI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia - SEGeT**, Resende, RJ, 2009. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/336_Sustentabilidade_Corporativa.pdf. acesso em: 2 jun. 2021.

SILVA, J. P. N. da; FERREIRA, V. H. S.; GANDIA, R. M.; ANTUNES, L. G. R.; SUGANO, J. Y. Ecoinovação como vantagem competitiva: um estudo de caso da Dell INC. **ForScience**, v. 6, n. 3, 27 nov. 2018. Disponível em: <http://www.forscience.ifmg.edu.br/forscience/index.php/forscience/article/view/412>. Acesso em: 10 jun. 2021.

SILVA, Juliana Vasconcelos da. Investigando o engajamento de Stakeholders em projetos orientados para sustentabilidade: percepção dos gerentes de projetos. **UFPB/BC**. João Pessoa, PB, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/18346>. Acesso em: 11 jun. 2021.