O profissional de sustentabilidade e responsabilidade social empresarial e a sua formação educacional no Brasil

ISMAEL ROCHA^{*}
MARCUS NAKAGAWA^{**}
Brasil

O objetivo deste artigo é apresentar os conceitos de sustentabilidade e o seu panorama no Brasil, com o foco no profissional que trabalha com esse tema. A partir disso, pretende-se debater as questões de educação para sustentabilidade que ainda não está inserida no contexto geral da formação tradicional do país.

Palavras-chave: educação sustentável, profissional de sustentabilidade, responsabilidade social empresarial, sustentabilidade.

Introdução

O planeta Terra passou por sérias mudanças nas últimas décadas e isso tem sido pauta de discussões, mobilizações e ações em todas as

---

* Climate reality leader, diretor acadêmico da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), professor universitário, palestrante e consultor empresarial. irocha@espm.br

** Professor da ESPM, sócio-diretor da iSetor, idealizador e fundador da Associação Brasileira dos Profissionais pelo Desenvolvimento Sustentável (Abraps) e palestrante sobre sustentabilidade, empreendedorismo e estilo de vida. marcus.nakagawa@espm.br

instâncias: governamentais, empresariais, educacionais, comunitárias e familiares. Tais mudanças são consequência do aumento exponencial de habitantes nestas últimas décadas, os quais buscaram (e buscam) sobreviver e garantir qualidade de vida, indo além do que o planeta consegue dispor. A Global Footprint Network (2016), organização de pesquisa que mede a pegada ecológica do homem no nosso planeta, afirma que, até o final do ano 2015, os seres humanos teriam consumido 1,6 planetas Terra. Esse saldo negativo, que o nosso pequeno mundo não consegue reverter, vem se acumulando desde a década de 1980 e tem como fator principal o salto da população para 11 bilhões de habitantes, valor que será atingido no final deste século.

No entanto, se as necessidades básicas (de segurança e fisiológicas) das atuais gerações estivessem sanadas, talvez estivéssemos tranquilos. Porém, além de colocar nossa atenção no déficit atual, urge que pensem nas necessidades das futuras gerações. A expressão *desenvolvimento sustentável* na sua primeira discussão oficial, registrado no documento *The future we want* (ONU, 2012), mostrou já em 1987 e, logo em 2012, a necessidade de pensar nas próximas gerações.

A comunicação, o ensinamento e a mobilização orientados para um novo modo de pensar e agir, e por que não dizer para uma nova ideologia planetária e social, vêm orientando a que governos, empresas, instituições de ensino e organizações sociais busquem ações de melhoria, mudanças de comportamento, processos, produtos e políticas públicas. Porém, a velocidade dessas mudanças é baixa, e o planeta pede socorro. Para Lester Brown (2009), salvar a civilização não é um esporte para torcedores, para amadores; serão necessárias ações efetivas como: informar-se cotidianamente, ler a respeito dos problemas e refletir sobre eles, escolher um assunto de interesse para atuar de maneira contundente, buscar interação com seus representantes, organizar grupos de mobilização e não subestimar o que você pode fazer.

Para que essa transformação aconteça de fato e de forma rápida, segundo Brown (2009), é necessário em primeiro lugar educar. Uma educação em massa que leve as pessoas a ampliarem a consciência de seus atos e de suas decisões dentro de uma visão sistêmica. Esse movimento só se tornará efetivo e real se um grande contingente de pessoas estiver trabalhando em educação e mobilização, não só no interior das

instituições de ensino, mas também nas empresas, nas organizações sociais, no dia a dia das estruturas governamentais, nas comunidades, nos clubes, nas instituições religiosas e dentro das próprias casas.

Com a importância desse movimento, por exemplo, foram criadas as associações de profissionais que trabalham com o tema da sustentabilidade. Com sede nos Estados Unidos, a International Society of Sustainability Professionals foi fundada oficialmente em 2007 e se denomina uma organização mundial que se dedica a realizar o networking, compartilhar boas práticas e atuar no desenvolvimento profissional. No Brasil, a organização foi fundada em 2011 por um grupo de profissionais que trabalham no setor privado, em organizações não governamentais (ONG), no governo e no âmbito acadêmico. Além desses grupos de pessoas que trabalham com o tema, muitas pesquisas no Brasil e no mundo estão sendo realizadas para poder medir a aderência do movimento ao mundo dos negócios e, assim, poder verificá-la. Todas essas ações tendem a contribuir para a educação, e consequente mobilização, de todos os que vivem nesta nave chamada planeta Terra.

Nesse contexto, este artigo apresenta um panorama da questão da sustentabilidade no Brasil. Inicia-se com a definição de *sustentabilidade*, *sustentabilidade empresarial* e *sustentabilidade na estratégia do negócio*. Na sequência, apresentam-se o perfil dos profissionais de sustentabilidade no país e a necessidade da discussão e do aprofundamento da formação educacional nesse segmento.

Conceitos de sustentabilidade

Os conceitos principais de *sustentabilidade* e *desenvolvimento sustentável* foram desenvolvidos ao longo do tempo de forma paralela à teoria da administração. Esses termos foram colocados de uma maneira mais ampla e dentro de análises sociopolíticas e econômicas. É fundamental conhecer esses conceitos e sua associação ao mundo dos negócios das empresas para o entendimento deste artigo, principalmente porque *sustentabilidade* geralmente é associada apenas com questões do meio ambiente.

O termo *sustentabilidade* foi colocado no centro das discussões por ocasião da Cúpula da Terra (Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento) (Nações Unidas no Brasil — ONUBR, 2016), realizada no Rio de Janeiro em 1992. A sustentabilidade foi inicialmente definida pela Comissão Brundtland, em 1987, como “um desenvolvimento que permite às gerações presentes satisfazer suas necessidades sem impedir que as gerações futuras o façam” ou, segundo uma edição recente, “permitindo às gerações futuras fazer o mesmo” (ONUBR, 2016).

As 178 nações reunidas em 1992 na Cúpula da Terra listaram as principais etapas rumo ao desenvolvimento sustentável em um documento fundador, que forma uma espécie de programa comum para o século XXI: a Agenda 21. Realizado em junho de 2012, o Rio+20 foi uma conferência realizada no Rio de Janeiro, que teve como objetivo novamente a discussão sobre o meio ambiente, a economia verde, a erradicação da pobreza e a governança internacional para o desenvolvimento sustentável. Entretanto, uma das preocupações dos governantes mais céticos dos países desenvolvidos sobre esse evento se devia a que fosse apenas um simples balanço, pois não possuía caráter deliberativo e, portanto, poderia não representar avanços significativos na busca pela sustentabilidade no planeta (ONUBR, 2016).

Contudo, a Rio+20 foi palco da avaliação dos resultados práticos de importantes documentos gestados a partir da ECO-92, como a Agenda 21, as Convenções sobre Mudança do Clima e a Diversidade Biológica, a Declaração de Princípios sobre as Florestas, de Combate à Desertificação, entre outros que foram elaborados posteriormente, como a Carta da Terra, em 2000 (ONUBR, 2016).

A Agenda 21 é um plano de ação global, base de todos esses debates, que determina três pilares fundadores do desenvolvimento sustentável: a igualdade social, o meio ambiente e a economia (Laville, 2009). Algumas empresas ainda colocam nos seus relatórios de sustentabilidade os termos: pessoas, planeta e lucros, em inglês ficam os três Ps (*People, Planet e Profit*). Ainda, a Agenda 21, cita Laville (2009), é um dos principais documentos que o movimento da sustentabilidade utiliza para elencar, de uma forma estruturada, os desafios da humanidade e do planeta.

A seguir, estão relacionadas as principais rubricas da Agenda 21.

1. A dimensão social e econômica
  - Cooperação internacional que visa à aceleração do crescimento sustentável em países em desenvolvimento.
  - Luta contra a pobreza.
  - Promoção de modos de produção e consumo sustentáveis e abandono dos modos de produção e consumo inviáveis.
  - Integração da dinâmica demográfica no desenvolvimento sustentável.
  - Proteção e promoção da saúde.
  - Promoção de um modelo sustentável de edificações: arquitetura ecológica, moradia adequada para todos.
  - Integração das temáticas ambientais ligadas ao desenvolvimento nas políticas, no planejamento, na gestão, nas licitações e na contabilidade.
2. A conservação e a gestão dos recursos para fins de desenvolvimento
  - Proteção da atmosfera.
  - Concepção integrada entre planejamento e uso da terra.
  - Luta contra o desmatamento, a desertificação e a degradação dos solos.
  - Valorização sustentável das montanhas.
  - Promoção de um desenvolvimento agrícola e rural sustentável.
  - Preservação da diversidade biológica.
  - Proteção dos oceanos, dos mares e das zonas costeiras.
  - Proteção dos recursos de água doce e de sua qualidade.
  - Gestão ecologicamente racional das substâncias químicas tóxicas e dos resíduos.
3. O fortalecimento do papel dos principais grupos sociais
  - Participação de mulheres, crianças e jovens.
  - Fortalecimento do papel das populações nativas.
  - As ONGs: parceiras para um desenvolvimento sustentável.

- Papel das municipalidades, dos trabalhadores e dos sindicatos.
  - Fortalecimento do papel do comércio e da indústria.
  - Papel dos cientistas, técnicos e agricultores.
4. Os meios de execução
- Recursos e mecanismos financeiros.
  - Transferência de técnicas ecologicamente racionais e cooperação internacional.
  - Ciência a serviço de um desenvolvimento sustentável.
  - Promoção da educação, da sensibilização da população e da sua formação.
  - Instrumentos institucionais e jurídicos adaptados.
  - Melhoria da disponibilidade da informação para a tomada de decisão.

Dois dos mais conhecidos conjuntos de princípios da sustentabilidade foram desenvolvidos pela The Natural Step (TNS) e pela Natural Capitalism, respectivamente (Senge, Smith, Kruschwitz, Laur & Schley, 2009).

A TNS, segundo Senge (2009), aborda a sustentabilidade a montante, ou na parte superior da corrente, e enfrenta os problemas na fonte. Segundo esse enfoque, a definição de sustentabilidade considera quatro princípios científicos. Esses princípios, também conhecidos como “condições” a serem cumpridas a fim de desenvolver uma sociedade, são:

- as substâncias extraídas da crosta terrestre não podem aumentar sistematicamente na natureza (por exemplo, emissões produzidas por combustíveis fósseis);
- as substâncias produzidas pela sociedade não podem aumentar sistematicamente na natureza (por exemplo, clorofluorocarbonetos);
- a base física para a produtividade e a diversidade da natureza não deve ser deteriorada sistematicamente (por exemplo, por desflorestamento e exaustão do solo);

- as pessoas não podem ser submetidas a condições que sistematicamente solapem sua capacidade de atender às suas necessidades (por exemplo, falta de acesso à educação ou à água potável).

Esses princípios fornecem um conjunto prático de critérios de projetos para transformar o debate em discussão construtiva, e podem ser usados para direcionar ações sociais, ambientais e econômicas. Muitos grupos que adotam os princípios da TNS também consideraram útil usar os seus objetivos de sustentabilidade, decorrentes das condições sistêmicas, para ajudar a definir metas específicas e a avançar.

Senge (2009) coloca ainda que o Natural Capitalism (capitalismo natural) designa os recursos, os serviços e os ecossistemas fornecidos pela natureza. Seu valor econômico é enorme —muito maior que o produto mundial bruto—. O capitalismo natural é um sistema composto de quatro subsistemas interligados, em que se imbricam interesses empresariais e ambientais. A abordagem presume que as empresas podem satisfazer as necessidades dos clientes, gerar lucros crescentes e resolver problemas ambientais ao mesmo tempo. Os quatro princípios são:

- aumentar radicalmente a produtividade dos recursos para desacelerar a depleção dos recursos, reduzir a poluição e criar níveis de empregos significativos;
- reformular as indústrias em bases biológicas, sem geração de resíduos e toxicidade, com a reutilização constante de materiais, por meio de ciclos de *loop* fechado;
- construir uma economia de serviços e fluxos, que desloque o foco da venda de bens (por exemplo, lâmpadas) para a prestação de serviços (iluminação) ou para um modelo “Por que vender quando se pode alugar?”;
- reinvestir o lucro resultante dessas espécies de aprimoramentos na expansão dos estoques de capital natural —base de um futuro de fartura em serviços de ecossistemas e em prosperidade—.

No contexto de negócios, a sustentabilidade é muito maior do que o malabarismo das relações públicas, maior do que uma linha de produtos verde, maior do que um sentimento de salvar o planeta por

apenas um período do dia. Completamente pensada e implementada, a sustentabilidade nas empresas deve desenvolver uma estratégia para salvar custos, para buscar uma nova base de consumidores e uma estratégia de buscar talentos, retê-los e desenvolvê-los dentro da empresa e na comunidade (Werbach, 2009). Existem, nessa esfera, quatro iguais componentes na sustentabilidade empresarial.

- *Social* (que se importa com o outro): ações e condições que impactam todos os membros da sociedade (por exemplo, pobreza, violência, injustiça, educação, saúde pública, trabalho e direitos humanos).
- *Econômico* (que opera com lucro): ações que impactam como as pessoas e os negócios alcançam suas necessidades econômicas (por exemplo, segurança alimentar, água e conforto para pessoas).
- *Meio ambiental* (que protege e restaura o ecossistema): ações e condições que impactam o planeta.
- *Cultural* (que protege e valoriza a diversidade cultural): ações por meio das comunidades que manifestam sua identidade e cultivam suas tradições de geração para geração.

Para melhor explicar esse conceito, a sustentabilidade corporativa é apresentada como algumas escolhas. Imagine uma oportunidade de escolher entre três diferentes e importantes recursos naturais, com a garantia de que teria suprimento permanente e abundante do escolhido; infelizmente, você nada receberia dos outros dois e deveria sustentar sua vida, dali em diante, considerando essa escolha. Os três recursos seriam: oxigênio, alimento e água potável. Se você começou a pensar no que escolher, esteja certo de que não terá muito tempo para fazer escolhas. Longe de ser uma opção de vida, o que lhe foi oferecido foi uma escolha de morte, a qual, dependendo da sua decisão, poderá ocorrer em alguns minutos ou em poucos dias (Lemme, 2010). Se esse processo de escolha parece absurdo, então começa a ficar um pouco mais claro o conceito de sustentabilidade corporativa e dos três pontos relacionados a ele: econômico, social e ambiental. O famoso *Triple Bottom Line* (TBL), que foi disseminado ao redor do

mundo, ainda é uma utopia para a grande maioria dos gestores e da média gerência, pois estes foram treinados somente na vertente econômica, que prioriza e reflete uma mentalidade unilateral, e não uma visão orgânica e sistêmica.

Melo-Neto (2004) relata que, na reunião do Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável do dia 10 de março de 2003, no Rio de Janeiro, difundiu-se a abrangência do conceito de *sustentabilidade* em comparação ao conceito anterior de *responsabilidade social*: “[...] conservação do meio ambiente, redução dos custos de energia, investimento em pesquisa e desenvolvimento e Responsabilidade Social” (Melo-Neto, 2004, p. 85).

A responsabilidade social foi, portanto, incorporada ao paradigma da sustentabilidade. Esse binômio responsabilidade social-sustentabilidade representa “a busca de um novo padrão de desenvolvimento com crescimento econômico, inclusão social e justiça ambiental”, conforme o pronunciamento feito pelo então vice-presidente da República, José Alencar, presente à reunião (Melo-Neto, 2004, p. 96). Melo-Neto (2004) ainda concorda com a integração dos aspectos sociais, financeiros e ambientais do negócio, porém reafirma a amplitude do conceito de sustentabilidade: da preservação de recursos naturais à conservação do meio ambiente, redução de custos com energia, investimento em pesquisa e desenvolvimento (P&D), responsabilidade social, inclusão social, geração de emprego e renda, estímulo ao empreendedorismo e outros.

O investimento em sustentabilidade é o reconhecimento explícito de que fatores sociais, econômicos, ambientais e éticos afetam diretamente a estratégia de negócios —por exemplo, de que forma as empresas atraem e retêm funcionários, administram riscos e criam oportunidades a partir de mudanças climáticas, bem como sua cultura, seus padrões de governança corporativa, suas estratégias para o engajamento das partes envolvidas no negócio, assim como filantropia, reputação e gestão de marcas—. Esses fatores são especialmente importantes hoje tendo em vista as crescentes expectativas da sociedade em relação à responsabilidade corporativa (Mendonça & Oppenheim, 2007).

Não há definição única ou consensual para sustentabilidade corporativa, mas a ideia básica é a de que a atividade das empresas

desenvolve-se em um contexto socioambiental que condiciona a qualidade e a disponibilidade de dois tipos fundamentais de capital: o natural e o humano. Assim, para que os resultados das empresas possam se sustentar em longo prazo é necessário preservar essas duas formas de capital e desenvolvê-las em equilíbrio com os capitais industrial e financeiro. Talvez, por ser óbvia, a necessidade de equilíbrio entre as diversas formas de capital frequentemente não receba a devida atenção dos gestores (Lemme, 2010). No entanto, o equilíbrio entre as vertentes dentro da empresa é o aspecto fundamental para que se busque a real sustentabilidade, complementa Lemme (2010).

O movimento está se multiplicando, e os recursos do planeta estão se esgotando; no Brasil, os consumidores estão sentindo, no seu estilo de vida, alguns reflexos das mudanças climáticas, como a seca e as chuvas torrenciais. Em consequência, estão participando de questões políticas como o Código Florestal (em 2012, paralelamente à preparação da Rio+20), que trouxe à discussão temas como áreas de preservação permanentes, matas ciliares, multas, entre outros. Tanto no contexto do consumo quanto no político, com o Código, entra sabidamente a questão da escolha para as empresas que querem sobreviver nesse cenário, como Lemme (2010) colocou muito bem na sua definição.

A sustentabilidade como estratégia para as empresas

A sustentabilidade como estratégia para as empresas atualmente tem sido vista como uma melhoria de um processo mais ecoeficiente ou um produto que é reciclável ou tem partes que já são recicladas. Os conceitos demonstrados neste capítulo mostram o tema inserido também nos produtos, projetos, processos e paradigmas das empresas. Contudo, pouco se vê quanto à inserção desse tema no cerne da empresa, na sua geração de valor, ou seja, na sua principal fonte de receita: o produto ou o serviço que ela oferta para a sociedade.

Drucker (2010) coloca o raciocínio que as responsabilidades sociais —em um negócio, hospital ou universidade— podem surgir em duas áreas. Podem emergir dos impactos sociais da instituição ou podem

surgir como problemas da própria sociedade. Ambas são alçadas da administração, porque a instituição gerida pelos administradores vive necessariamente na sociedade e na comunidade. Mas as duas áreas são diferentes. A primeira lida com o que uma instituição faz para a sociedade. A segunda tem a ver com o que uma instituição pode fazer em favor dela. A organização moderna existe para prover um serviço específico para a sociedade. Ela, portanto, tem que estar na sociedade. Tem que estar na comunidade, tem que estar por perto, tem que fazer o seu trabalho dentro de um cenário social. Além disso, empregar pessoas para fazer o seu trabalho. Seus impactos sociais inevitavelmente vão além da contribuição específica que justifica a sua existência.

Entendendo que, em uma sociedade civilizada, na qual as organizações foram criadas para oferecer serviços e produtos para as pessoas que nela estão, a organização não pode destruir ou ignorar totalmente os seus impactos para aqueles que são parte do seu propósito. Drucker (2010) coloca muito bem que o propósito de uma fábrica de ligas ferrosas não é fazer barulho ou soltar fumaças nocivas. É produzir metais de alto desempenho para atender seus clientes. Só que, para fazer isso, ela produz barulho, gera calor e solta fumaça. Esses impactos são incidentais ao propósito da organização, mas, em larga medida, são subprodutos inescapáveis.

Entender quais são esses impactos que a empresa causa na sociedade, incluindo os ambientais, é fundamental para que ela possa alcançar os seus objetivos mercadológicos e financeiros, e ir mais além. Como Drucker (2010) coloca, deve-se sempre tentar transformar a eliminação de um impacto em uma oportunidade de negócios, porém, em muitos casos, isso não é possível. Na maioria das vezes, eliminar um impacto significa aumentar os custos. O que antes era uma “externalidade” pela qual o público em geral pagava torna-se custo de negócio. Portanto, vira uma desvantagem competitiva, a não ser que todos no setor aceitem a mesma regra. E isso, geralmente, só pode ser feito por meio de regulamentação, ou seja, por alguma forma de ação pública. Sempre que um impacto não puder ser eliminado sem um aumento no custo, cabe à administração se antecipar e elaborar a regulamentação que tenha maior probabilidade de resolver o problema com custo mínimo e

maior benefício tanto para o público como para o negócio. E, depois disso, trabalhar para que a regulamentação correta seja promulgada.

Como citado nas estratégias, Porter (2004) coloca que uma das estratégias genéricas é exatamente a liderança nos custos. Se o impacto do negócio ou do produto ou serviço não é mensurado, esse desvio poderá colocar essa estratégia genérica em alto risco e fazer com que a organização perca o seu posicionamento mercadológico.

Saindo um pouco dos modelos de estratégia citados neste documento e já agregando o conceito de sustentabilidade na estratégia do negócio, Drucker (2010) coloca que os problemas sociais (aqui entendendo como problemas da sociedade como um todo —meio ambiental, pessoal, empresarial, governamental etc.) são disfunções da sociedade e —pelo menos potencialmente— doenças degenerativas do organismo político. São enfermidades. Mas, para a administração de instituições e, sobretudo, a administração de negócios, eles representam desafios. São grandes fontes de oportunidades, pois a função dos negócios —e, em menor grau, das demais principais instituições — é satisfazer a necessidade social e ao mesmo tempo servir sua instituição, transformando a resolução de um problema social em oportunidade de negócios. É tarefa do negócio converter a mudança em inovação, isto é, em novos negócios. E será um executivo fraco aquele que pensar que a inovação se refere apenas à tecnologia. Ao longo da história dos negócios, a mudança social e a inovação social têm sido pelo menos tão importantes quanto a tecnologia. Afinal, as principais indústrias do século XIX eram, em grande parte, o resultado da conversão do novo ambiente social —a cidade industrial— em uma oportunidade de negócios e em um mercado de negócios. Isso sustentou o surgimento da iluminação pública (primeiro a gás, depois elétrica), do bonde e do trem urbano, do telefone, do jornal e da loja de departamentos, para citar alguns exemplos.

Porter e Kramer (2006) seguem o mesmo tema de que a empresa está na sociedade, e que a interdependência entre ela pode ser analisada com as mesmas ferramentas usadas para analisar posição competitiva e estratégia de desenvolvimento. Dessa forma, a empresa pode focar suas atividades de responsabilidade social corporativa para um melhor efeito. Mais do que meras ações bem-intencionadas impulsionadas ou

reativas pela pressão externa, a organização pode desenvolver uma agenda afirmativa da responsabilidade social corporativa que produza o máximo de benefício social bem como o ganho para o negócio. Para qualquer empresa, a estratégia deve ir além das boas práticas. Isso é escolher uma posição única: fazer diferentes coisas em relação aos concorrentes a fim de diminuir os custos ou servir melhor as necessidades de um grupo particular de consumidores. Esses princípios se aplicam ao relacionamento das empresas com a sociedade assim como o seu relacionamento com os clientes e os concorrentes. Muitas oportunidades para inovações pioneiras para beneficiar a sociedade e a própria competitividade da empresa podem surgir da oferta do produto e da cadeia de valor.

Os autores Nidumolu, Prahalad e Rangaswami (2009) apresentam duas grandes iniciativas que ajudam a empresa a se tornar sustentável: a primeira é quando a alta equipe gestora resolve fechar o foco no problema, e, com isso, a mudança vem rapidamente; a segunda é a importância de recrutar e reter o tipo certo de pessoa. Liderança e talentos são cruciais para a criação de uma economia com menos carbono. O atual sistema econômico coloca enorme pressão sobre o planeta, mas só contempla as necessidades de um quarto daqueles que nele habitam. Na próxima década, no entanto, o mundo vai absorver o dobro disso em novos consumidores e produtores. Abordagens tradicionais na atividade empresarial irão ruir, e a empresa terá de buscar soluções inovadoras. Isso só ocorrerá quando a liderança entender uma verdade simples: sustentabilidade = inovação.

A sustentabilidade no mundo e no Brasil

A temática da sustentabilidade também está entrando na vertente do consumo. A pesquisa de Nielsen (2014), realizada com 30000 consumidores em 60 países, pela internet, mostrou que 55 % dos pesquisados pagariam a mais por produtos e serviços de empresas comprometidas com os impactos positivos sociais e ambientais. O mais relevante dessa pesquisa não é a porcentagem que parece baixa ainda, mas sim o aumento desta de 2011 para 2014, que foi 10 pontos percentuais de

crescimento em três anos, o que mostra uma tendência de crescimento desse tema. A pesquisa mostra que 52 % dos entrevistados realizaram ao menos uma compra nos últimos seis meses de uma ou mais empresa socialmente responsável. E, ainda, 52 % dos consumidores entrevistados checam a embalagem do produto para assegurar seu impacto no meio ambiente e para as pessoas.

Ainda na mesma pesquisa, constatou-se outro dado emblemático: 67 % dos entrevistados preferem trabalhar para uma empresa socialmente responsável. Isso evidencia que esse movimento não afeta somente os consumidores, mas também a motivação da população entrevistada para trabalhar em empresas diferenciadas.

Porém, não adianta os consumidores estarem interessados na temática se as empresas não correspondem a esses interesses com sua gestão, inovação, produtos e serviços. Para isso, a pesquisa anual da PricewaterhouseCoopers (PWC, 2016) mostra que, dentre os 1409 diretores executivos (CEOs) de empresas de segmentos variados em 83 países, 64 % entendem que a responsabilidade corporativa é “core” para tudo o que fazem hoje e, ainda, que 70 % que a responsabilidade corporativa é “core” para tudo o que farão em cinco anos. A pesquisa ainda demonstra que, dentre os CEOs, 50 % acreditam que uma ameaça principal para o seu negócio é o aquecimento global e os danos ambientais, e 65 % afirmam que a instabilidade social pode atrapalhar sua empresa. Mesmo essas não sendo as ameaças principais que os executivos colocam, como a regulação excessiva (79 %) e a incerteza geopolítica (74 %), as temáticas sociais e ambientais estão sendo questionadas e levadas em consideração.

No Brasil, existem algumas organizações que disseminam os conceitos das sustentabilidades e da responsabilidade social há mais de duas décadas: o Instituto Ethos, cuja missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa; o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), que busca conduzir a transformação prática de setores, mercados, empresas e profissionais, aliando os negócios e a sociedade para um país sustentável, e a Associação Brasileira de Profissionais de Sustentabilidade (Abraps), cuja missão é ser referência

como movimento de pessoas que influenciam decisivamente na promoção de condições justas, inclusivas e sustentáveis nas relações dos seres humanos com o meio em que estão inseridos. Essas organizações vêm mostrando, orientando e discutindo a temática com as empresas e os profissionais que trabalham diariamente com o desenvolvimento sustentável em suas corporações.

Outra organização que trabalha com a temática do consumo sustentável no Brasil é o Instituto Akatu de consumo consciente. A Pesquisa do Akatu (2012), realizada com 800 pessoas, mostrou quatro perfis de pessoas quanto ao consumo consciente e ao modo de vida mais sustentável: conscientes, engajadas, iniciantes e indiferentes. As pessoas conscientes (5 %) juntamente com as engajadas (22 %) formam o grupo “mais consciente”, e as pessoas iniciantes (32 %) juntamente com as indiferentes (41 %) formam o grupo “menos consciente”. Portanto, no Brasil, ainda as pessoas estão menos conscientes sobre o tema. Desses pesquisados, 60 % declaram já ter ouvido falar em sustentabilidade; dentro desse grupo, 40 % associam o tema a uma visão focada no meio ambiente ou uma visão parcial, limitada a exemplos ou práticas isoladas (23 %). E 12 % mostraram entendimento abrangente sobre o tema. Esses dados demonstram ainda mais a necessidade de um grande trabalho para que o conceito de sustentabilidade e de consumo consciente, bem como a divulgação de suas práticas, sejam promovidos e colocados nas pautas educacionais do país.

Atualmente, a área das micro e pequenas empresas (MPES) no Brasil possui cerca de 12 milhões de potenciais empresários com negócios e contrata 15,6 milhões de trabalhadores que estão dentro das leis trabalhistas do país, segundo Bedê (2013), no seu artigo publicado no *Boletim Estudos e Pesquisa* do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), de julho de 2013. O documento ainda apresenta que a taxa de sobrevivência de empresas com até dois anos passou de 73,6 %, nas criadas em 2005, para 75,6 %, nas criadas em 2007. A taxa de sobrevivência é maior na Indústria (79,9 %) e na região sudeste (78,2 %). A sobrevivência ao tempo foi colocada como único indicador de sustentabilidade, levando em consideração a parte financeira. Um confronto direto com o conceito do desenvolvimento sustentável que levanta também as questões sociais e ambientais. Em

outra pesquisa com esse público, o Sebrae (2012) mostra que o conhecimento sobre o tema sustentabilidade e meio ambiente é médio, ou seja, do total de 3.912 entrevistados na pesquisa de 2012 (“O que pensam as micro e pequenas empresas sobre sustentabilidade”), 65 % conhecem sobre o tema de sustentabilidade e meio ambiente. Destes, somente 12 % declaram entender muito sobre o assunto e 25 % entendem pouco. Mas, quando questionados acerca do grau de importância que as empresas deveriam atribuir à questão do “meio ambiente”, 75,2 % respondem que deve ser um alto grau de importância. Ainda na pesquisa do Sebrae, observa-se que quase a metade dos entrevistados (46 %) acredita que a questão da sustentabilidade representa oportunidade de ganhos para a sua empresa, o que corrobora a necessidade de um entendimento maior sobre o tema.

Apesar de as MPES não estarem muito engajadas no tema, as grandes empresas no Brasil são referências no mundo para essas questões, ganhando prêmios mundiais, indicadores de referência e trabalhos exemplares. Isso é comprovado no fato de o Brasil ser o terceiro país em número de empresas que mais publicam relatórios de sustentabilidade, segundo Ideia sustentável (2013). Outro dado relevante é a quantidade de empresas associadas ao Instituto Ethos (2016): 537, sendo cerca de 42 % compostas de grandes empresas (as mais importantes do país) que trabalham para implementar essa cultura interna e externamente. No CEBDS (2016), os grupos de empresas associadas que são engajadas e participam ativamente possuem o faturamento de mais de 40 % do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e são responsáveis por mais de 1 milhão de empregos diretos.

O profissional de sustentabilidade

O profissional de sustentabilidade é fundamental para que esse movimento cresça, apareça e dissemine dentro e fora das empresas. Para entender quem ele é, a Abraps o caracteriza como aquela pessoa com crenças, competências e valores em comum, que atua diariamente para o movimento da sustentabilidade. Seu campo de trabalho é amplo, e sua atuação, contundente.

Com o propósito de conhecer melhor esse profissional, a Abraps e a Deloitte (empresa global que entrega serviços de auditoria, consultoria, assessoria financeira, *risk advisory*, consultoria tributário, entre outros) realizaram uma ampla pesquisa no ano de 2011, que envolveu perto de 300 profissionais. Alguns dos dados obtidos foram compilados por Lima, Pereira & Mergulhão (2015): a maioria dos respondentes tem pós-graduação (quase 70 %). Isso indica um alto investimento de tempo e recursos financeiros voltados a uma qualificação contundente e apropriada para o exercício da profissão. Contudo, o percentual de profissionais que se prepara para a atuação acadêmica, focado no campo da educação formal, é pequeno (25,44 %).

Figura 1. Gráfico sobre grau de instrução do profissional de sustentabilidade

Fonte: Lima (2015).

Alguns aspectos podem ser indicativos desse fato, porém serão inferências que exigiriam maior aprofundamento no propósito da pesquisa. No entanto, sem o risco de errar em demasia, mas seguindo o censo comum, é possível afirmar que a área acadêmica não se apresenta como atrativa. Se, de um lado, é positivo que atuar na área de sustentabilidade exija um preparo e uma grande quantidade de horas de estudo, por outro, há um déficit no número de profissionais capacitados para reproduzir esses conteúdos, segundo mostra a pesquisa. A resultante dessa equação é negativa, pois, em um país onde esse tema

deve estar presente em todas as instâncias, seria mister que tivéssemos cada vez mais profissionais preparados e comprometidos com a prática da educação, formal ou informal.

Se ainda observamos, de maneira corriqueira e presente em todas as classes sociais, um comportamento não comprometido com o futuro do nosso planeta e, a isso, somarmos as considerações de Brown (2009), concluiremos que há um longo caminho a ser percorrido. Como exemplo real e contemporâneo, basta observar o que padecemos no início do ano de 2016 com a epidemia da dengue, zika vírus e chikungunya, tendo o mosquito *Aedes aegypti* como vetor dessas doenças. Nesse cenário, o homem se torna vítima de suas próprias atitudes e somente a educação, realizada de maneira sistêmica, pode alterar o panorama.

Na pesquisa da Abraps de 2011, ainda foi perguntado para os respondentes quais eram as características mais importantes para o profissional de sustentabilidade. Na tabela 1, demonstro como Lima (2015) compilou as respostas e analisou-as.

Tabela 1. Características consideradas mais importantes pelo profissional de sustentabilidade

Características consideradas mais importantes pelo profissional de sustentabilidade	Frequência de respostas por item	% pelo total de respostas
Ter formação teórica na área	80	20,41 %
Atuar em processos e iniciativas com foco na sustentabilidade	78	19,90 %
Ser bem relacionado com a liderança, diretoria da organização ou da empresa	61	15,56 %
Atuar em processos e iniciativas com foco na sustentabilidade para a preservação da vida	37	9,44 %
Participar de eventos, palestras e congressos do setor	34	8,67 %
Ter trabalhado em outras áreas dentro de uma organização ou empresa de grande porte (marketing, planejamento estratégico, finanças etc.)	34	8,67 %
Ter experiência prática na área há mais de cinco anos	33	8,42 %
Ter experiência em organizações ou empresas do Terceiro Setor	21	5,36 %

Características consideradas mais importantes pelo profissional de sustentabilidade	Frequência de repostas por item	% pelo total de respostas
Ser associado da Abraps e ter relacionamento com ela	9	2,30 %
Outra. Qual?	5	1,28 %
Total	392	100,00 %

Fonte: Lima (2015).

Segunda Lima (2015), o profissional de sustentabilidade não considera a experiência um requisito indispensável, provavelmente devido ao seu perfil jovem. No entanto, exigem-se boa capacitação e formação fundamentada em cursos de especialização sobre sustentabilidade. Além disso, requer que esse profissional participe ativamente das atividades da empresa em seus diversos setores bem como nos processos de decisão.

Na mesma pesquisa, os respondentes mostraram quais atitudes são consideradas mais relevantes pelos profissionais de sustentabilidade. Nesses temas talvez estejam as principais respostas para as mudanças de comportamento que estamos buscando. Na tabela 2, vê-se como Lima (2015) compilou as informações da pesquisa.

Tabela 2. Atitudes consideradas mais relevantes pelo profissional de sustentabilidade

Atitudes consideradas mais relevantes pelo profissional de sustentabilidade	Frequência de repostas por item	% pelo total de respostas
Ser ético	117	28,89 %
Ser comprometido	89	21,98 %
Ser coerente	58	14,32 %
Ser consciente	56	13,83 %
Ser equilibrado	32	7,90 %
Ter respeito	27	6,67 %
Ser curioso	26	6,42 %
Total	405	100,00 %

Fonte: Lima (2015).

Segundo a conclusão de Lima (2015), o comprometimento (com 21,98 % das respostas) pode ser interpretado como a relação harmônica das duas qualidades ressaltadas e interpretadas pela tabela 2 —conhecimento e proatividade—. A formação teórica deve ser acompanhada de comprometimento, pois só será válida quando refletida em ações, por meio da atuação em processos e iniciativas com foco na sustentabilidade.

O autor ainda salienta que a complexidade e os desafios do desenvolvimento sustentável envolvem mudanças decisivas, de valores e de comportamento; nesse sentido, comprometimento é fundamental para aquele que deve ser o representante e o norteador dessa transformação. O profissional de sustentabilidade tem a responsabilidade de ser o exemplo.

A atitude mais importante é a ética, com cerca de 29 % das respostas, conforme coloca Lima (2015). Compreende-se que, da mesma maneira que o desenvolvimento sustentável é fundamentado por uma nova ética global, baseada na preservação ambiental e na igualdade social, o profissional de sustentabilidade também deve estabelecer suas ações de acordo com essas premissas. Mais que atitudes, essa ética deve representar valores e ser inerente ao profissional de sustentabilidade.

A segunda pesquisa da Abraps e Deloitte, com 370 respondentes, realizada em 2015, mostrou que 70 % dos respondentes foram motivados para trabalhar nessa área por realização pessoal, e 55 %, pela admiração pelo tema, por uma causa maior, conforme pode ser observado na figura 2.

Ainda nessa segunda pesquisa, constatou-se que esses profissionais, mesmo trabalhando diariamente com o tema, gostariam de se aprofundar em vários outros se especializando cada vez mais. Isso demonstra que a educação continuada é fundamental para esse tipo de profissional.

Conforme a figura 3, o aprofundamento na gestão das empresas, no empreendedorismo social e na consultoria em sustentabilidade são os três principais assuntos nos quais esses profissionais gostariam de se aprofundar.

Esses dados mostram que, mesmo esses respondentes que estão envolvidos diretamente com o assunto, necessitam de treinamento,

Figura 2. O que o motivou ir para esta área? (em % de respondentes; respostas múltiplas)

Fonte: Abraps (2015).

Figura 3. Assuntos para que o profissional se aprofunde

Fonte: Abraps (2015).

aprofundamento, educação e conhecimento. Ou seja, aqueles que possuem pouco ou nenhum conhecimento precisarão ainda mais de treinamento e conhecimentos para chegarem à percepção do mundo sustentável que se busca, conforme colocado no início deste documento.

A educação para a sustentabilidade

A educação para sustentabilidade foi um dos temas amplamente discutidos na Rio+20 e também na COP 21, e influenciou medidas práticas para o Brasil, como por exemplo, a obrigatoriedade em constar o tema ambiental em matrizes curriculares de vários cursos de formação superior. No ensino médio e fundamental, foram acrescentados os temas transversalmente, e algumas disciplinas foram implantadas a fim de se discutir temas sobre o planeta Terra e sua sobrevivência.

No entanto, tais medidas demandam materiais didáticos, desde o ensino fundamental até a formação superior, mas materiais com qualidade, que façam uso de uma linguagem apropriada para cada faixa etária, reflitam sobre as necessidades e a realidade brasileira. Para isso, é necessário formar educadores para o tema. Segundo Guevara, Rosini, Silva, Calado & Rodrigues (2011), educar para sustentabilidade vai além de conteúdos específicos, deve-se trabalhar com valores para desenvolver a consciência e mudar os padrões de conduta do indivíduo e da sociedade na sua relação com a natureza e o mundo. Se não existir um incentivo e um movimento conjunto das instituições públicas, das organizações da sociedade civil, das instituições de ensino e da iniciativa privada para a formação desses educadores nos diferentes níveis escolares, esse círculo não se completa. Assim, o futuro não será muito diferente do presente.

É inegável a necessidade de pensar a educação como um vetor a promover o conhecimento e a prática de um comportamento sustentável e sustentado. Repensar a educação formal e informal e todos os seus níveis é mister e exige uma mudança de atitude por parte de todos os envolvidos —da sociedade civil ao governo, da iniciativa privada aos líderes comunitários—, para que os parâmetros hoje estabelecidos sejam efetivamente alterados.

A década da Educação para o Desenvolvimento Sustentável (2005-2014), que tem como responsável pela sua divulgação e propagação a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), não provocou, na América Latina, os efeitos esperados. Tendo como foco a mudança de atitude e do comportamento da sociedade ante os desafios que o meio ambiente nos apresenta, é possível afirmar que tivemos mais uma década perdida.

Nesse programa promovido pela Unesco, o eixo principal estava centrado na construção de desenhos pedagógicos que viessem a promover a criticidade dos atores em todas as circunstâncias do dia a dia promovendo mudanças efetivas de comportamentos e atitudes, individuais ou coletivos.

Os limiares pedagógicos a promover esse novo cenário deveriam ter sido implementados prioritariamente no ensino básico, levando as crianças, com sua capacidade de apropriação máxima dos conhecimentos obtidos, a promover a revolução esperada.

Jacob, Raufflet e Arruda (2001) afirmam que as mudanças acontecem tendo como sua gênese a alteração na percepção de valores, o que permite, segundo os autores, “[...] construir e reconstruir um pensamento complexo capaz de produzir um processo contínuo de novas leituras e interpretações” (p. 68). Ora, esse tema depende da existência de uma escola preparada para tal, com educadores capacitados e empenhados em empreender tais mudanças. Na relação direta das forças, isso implica recursos para capacitar os mentores e estrutura física para suportar esses ensinamentos. Infelizmente, na maioria das localidades da América Latina, esse contexto é crítico.

Paulo Freire, o grande educador brasileiro, em duas de suas obras mais significativas *Pedagogia do oprimido* (1987) e *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa* (1996) aponta caminhos pelos quais a educação para a sustentabilidade poderia avançar. O descortino da educação como uma prática social emancipadora coaduna com a necessidade da formação de cidadãos que tenham, na leitura de mundo e da sociedade em que estão inseridos, um alto nível de criticidade. Com isso podem, legitimamente, intervir de forma ética e democrática nas diligências de seu universo.

Freire traz à discussão uma educação com uma perspectiva libertadora, baseada na dialogicidade e na problematização: “a educação problematizadora de caráter autenticamente reflexivo, implica um constante ato de desvelamento da realidade, [...] busca a emersão das consciências, de que resulte sua inserção crítica da realidade” (Freire, 1987, p. 80).

Com essa perspectiva, Freire apresenta a necessidade de um diálogo consistente, formador e coerente entre sujeitos e sua realidade, entre os que se colocam no papel de educadores e os que assumem a condição de educandos. Essa relação dialógica conduz a uma inserção contundente de todos os atores da sociedade —não só os estudantes— a que exerçam seu papel de cidadão consciente e capaz de alterar a realidade socioambiental da qual participam.

Inegável a contribuição de Freire na educação para a sustentabilidade. Cada dia ele se torna mais contemporâneo e necessário no diálogo e na formação dos nossos estudantes. Para o autor, resultado de suas pesquisas e estudos, o educando se transforma em sujeito de construção e reconstrução do saber ensinado. A concepção dialógica-problematizadora se alinha com a necessidade de impactar a sociedade ante o teorema ambiental que a América Latina presencia.

Se a década da Educação para o Desenvolvimento Sustentável pode ser considerada mais uma “década perdida” no contexto da sustentabilidade, pelo desenho assustador que se descortina, o papel da educação assume uma importância vital para reverter esse cenário. A COP 21 já tinha apontado caminhos, entre eles a educação em todas as suas dimensões e instâncias, como um dos principais vetores para a construção de um mundo sustentável.

Para finalizar, Yunus (2008) coloca que precisamos pensar juntos a fim de delinear as características básicas de um estilo de vida novo e globalmente sustentável com o intuito de saber para onde devem ser direcionadas a nossa tecnologia, as nossas inovações e a nossa criatividade.

Conclusões

Para que possamos desenvolver melhores profissionais de sustentabilidade, bem como educadores e educação para sustentabilidade, será

necessário muito esforço. O trabalho de passar os valores apresentados pelas pesquisas e mudar os dados quantitativos apresentados é a chave para que as pessoas comecem a entender a importância do tema de forma sistêmica. Para tanto, faz-se necessário um estudo mais detalhado para verificar ações necessárias como as relacionadas a seguir.

- Acrescentar o tema da sustentabilidade, transversalmente, em todas as matérias na formação da educação infantil, do ensino fundamental, médio e superior.
- Acrescentar o tema da sustentabilidade como item obrigatório em disciplinas de graduações que tenham aderência ao assunto.
- Produzir estudos com aplicações práticas para o dia a dia da população, em linguagem coloquial e de fácil compreensão.
- Mobilizar e valorizar profissionais de sustentabilidade para que eduquem em empresas, escolas, organizações da sociedade civil e governamentais.
- Preparar novas gerações de profissionais de todas as áreas que entendam a sustentabilidade e a vivenciem no dia a dia de seu trabalho.
- Capacitar educadores, de todos os níveis, para que orientem seus estudantes à preservação efetiva, ética e sistêmica do planeta Terra. Além disso, para que produzam material didático adequado a todas as faixas etárias.

Acreditar em uma vertente na qual a educação e a sustentabilidade humana sejam indissociáveis e integradas à sociedade em todos os seus extratos sociais e econômicos é a utopia focada na harmonia entre os seres vivos no planeta. E, mais do que isso, é fazer com que os seres humanos possam buscar uma vida digna com, no mínimo, suas necessidades básicas atendidas. Finalmente, os profissionais que trabalham com o desenvolvimento sustentável são o estopim desse processo, e os temas apresentados neste texto devem ser discutidos e refletidos mais profundamente por todos os países a fim de alcançar ações efetivas para preservar o planeta.

Referências

- Abraps [Associação Brasileira dos Profissionais de Sustentabilidade]. (2015). *Pesquisa Associação Brasileira dos Profissionais de Sustentabilidade*. Recuperado de http://abraps.org.br/2016/wp-content/uploads/2016/08/Pesquisa2015_AbrapsDeloitte.pdf
- Akatu. (2012). *Pesquisa Akatu 2012: rumo à sociedade do bem-estar*. Recuperado de <https://www.akatu.org.br/wp-content/uploads/2017/04/PESQUISA AKATU.pdf>
- Bedê, M. A. (2013 julho). Aumenta a sobrevivência de empresas no Brasil. *Sebrae. Boletim Estudos & Pesquisas*, (21), 3-4. Recuperado de <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Boletim%20Estudos%20e%20Pesquisas%20-%20Julho%202013.pdf>
- Brown, L. R. (2009). *Plano B 4.0. Mobilização para salvar a civilização*. São Paulo: New Content Editora e Produtora/Ofício Plus Comunicação e Editora Ltda.
- CEBDS [Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável]. (2016). *Empresas associadas*. Recuperado de <http://cebds.org/empresas/>
- Drucker, P. F. & Maciariello, J. A. (2010). *Gestão*. ed. rev. Rio de Janeiro: Agir.
- Freire, P. (1987). *Pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Freire, P. (2011). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. 31. ed. São Paulo: Paz e Terra.
- Global Footprint Network (GFN). (2016). World Footprint. Recuperado de <http://www.footprintnetwork.org>
- Guevara, A. J. de H., Rosini, A. M., Silva J. U. da, Calado L. R. & Rodrigues M. C. (orgs.) (2011). *Educação para a era da sustentabilidade*. São Paulo: Saint Paul Editora.
- Ideia Sustentável. (2013, 3 jul.). *Brasil é o 3º país em publicação de relatórios de sustentabilidade*. Recuperado de <http://www.ideiasustentavel.com.br/brasil-e-o-3o-pais-com-maior-publicacao-de-relatorios-de-sustentabilidade/>
- Instituto Ethos. (2016). *Associados Ethos*. Recuperado de <http://www3.ethos.org.br/conteudo/associados-ethos/#.V08xIVc2NaE>
- Jacob, P. R., Raufflet, E. & Arruda, M. P. (2011). Educação para a sustentabilidade nos cursos de administração: reflexão sobre paradigmas e práticas. *RAM. Revista de Administração Mackenzie [on-line]*, 12(3), 21-50. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1678-69712011000300003&script=sci_abstract&tlng=pt

- Laville, É. (2009). *A empresa verde*. São Paulo: ÓTE.
- Lemme, C. F. (2010). O valor gerado pela sustentabilidade Corporativa. Em D. Zylbersztajn & C. Lins (orgs.), *Sustentabilidade e geração de valor* (pp. 37-63). Rio de Janeiro: Elsevier.
- Lima, J. F. G. M. de, Pereira, J. C. & Mergulhão, R. C. (2015). Contribuições para o perfil do profissional de sustentabilidade. *Revista Hipótese, Itapetininga*, 1(2), 28-47. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/0B4VVtZy9vhzvOHJ3Q0l1cV8tNlk/view>
- Melo-Neto, F. de P. de. (2004). *Empresas socialmente sustentáveis: o novo desafio da gestão moderna*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Mendonça, L. T. & Oppenheim, J. (2007, maio). *Investindo na sustentabilidade: uma entrevista com Al Gore e David Blood*. Entrevista dada a The Mackinsey Quartely, Web exclusive. Recuperado de <http://give.rockpa.org/wp-content/uploads/2008/10/investing-in-sustainability.pdf>
- Nidumolu, R., Prahalad, C. K. & Rangaswami, M. R. (2009). Por que a sustentabilidade é hoje o maior motor da inovação? *Harvard Business Review, edição Brasil*, 87(9), p. 26-34.
- Nielsen. (2014, junho) *Doing well by doing good*. Recuperado de <http://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/jp/docs/report/2014/Nielsen%20Global%20Corporate%20Social%20Responsibility%20Report%20-%20June%202014.pdf>
- ONU [Organização das Nações Unidas]. (2012). The future we want. Resolution adopted by the General Assembly on 27 July 2012. Recuperado de <http://www.uncsd2012.org/thefuturewewant.html>
- ONUBR [Nações Unidas no Brasil]. (2016). A ONU e o meio ambiente. Recuperado de <https://nacoesunidas.org/agencia/onumeioambiente/>
- Porter, M. E. (2004). *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006). Strategy & society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- PWC [PricewaterhouseCoopers]. (2016). PWC's 19th Annual Global CEO Survey. Recuperado de <http://www.pwc.com/gx/en/ceo-agenda/ceosurvey/2016.html>
- Sebrae [Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas]. (2012, maio). O que pensam as micro e pequenas empresas sobre sustentabilidade.

Série estudos e pesquisas. Recuperado de <http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sustentabilidade/Para%20sua%20empresa/Estudos%20e%20Pesquisas/O+que+Pensam+as+Micro+e+Pequenas+Empresas+sobre+Sustentabilidade.pdf>

Senge, P., Smith, B., Kruschwitz, N., Laur, J. & Schley, S. (2009). *A revolução decisiva: como indivíduos e organizações trabalham em parceria para criar um mundo sustentável*. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier.

Werbach, A. (2009). *Strategy for sustainability: a business manifesto*. Boston: Harvard Business Press.

Yunus, M. (2008). *Um mundo sem pobreza*. São Paulo: Ática.