

Eixo Temático ET-05-015 - Meio Ambiente e Recursos Naturais

## **A SUSTENTABILIDADE COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA PARA A MANUTENÇÃO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAIS**

Suênya Freire do Monte Santos<sup>1</sup>, Paoline Levy Pereira Almeida Barros<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Professora. do Curso de Bacharelado em Administração. Faculdade Maurício de Nassau. Unidade Campina Grande-PB e-mail: [suenya.freire@gmail.com](mailto:suenya.freire@gmail.com); <sup>2</sup>Mestranda em Administração. Coordenadora do Curso de Bacharelado em Administração. Faculdade Maurício de Nassau. Unidade Campina Grande-PB. E-mail: [paoline.adm@gmail.com](mailto:paoline.adm@gmail.com).

A palavra sustentável tem origem no latim “*sustentare*”, que significa sustentar, apoiar, conservar. O conceito de sustentabilidade está normalmente relacionado com uma mentalidade, atitude ou estratégia que é ecologicamente correta, e viável no âmbito econômico, socialmente justa e com uma diversificação cultural. Cada vez mais as empresas se preocupam com o meio ambiente, e ao mesmo tempo é uma estratégia, tornou-se inclusive uma vantagem competitiva. O desenvolvimento sustentável não é um estado permanente de equilíbrio, mas sim de mudanças quanto ao acesso aos recursos e quanto à distribuição de custos e de benefícios. A sustentabilidade nas empresas quer alcançada através de um modelo de gestão sustentável, ou seja, um modelo que incentive processos que permitam a recuperação do capital financeiro, humano e natural da empresa. Para isso é preciso avaliar: a origem dos produtos, o tipo de mão-de-obra e matéria-prima utilizadas, averiguar se os recursos são usados de forma eficiente e se os funcionários estão engajados com os objetivos da empresa. Tendo em vista essas variáveis esse trabalho tem como objetivo principal traçar o perfil das empresas de grande porte da Cidade de Campina Grande-PB quanto à sustentabilidade empresarial e suas estratégias para o alcance desta sustentabilidade. Para tanto será preciso agrupar e catalogar as empresas de grande porte, traçar o perfil dessas empresas quanto ao conceito de sustentabilidade e suas dimensões e por fim identificar as estratégias adotadas pelas mesmas para obter vantagem competitiva no mercado, que estejam associadas com a sustentabilidade. No que diz respeito à caracterização da pesquisa pode-se classificá-la quanto aos fins como exploratória e descritiva, quanto aos meios, como bibliográfica e um estudo de caso, com utilização da técnica da observação sistemática das variáveis adotadas na pesquisa, para o levantamento dos dados será construído um questionário tendo por base as dimensões da sustentabilidade, e os dados serão analisados de forma quantitativa e qualitativa, a coleta de dados será durante os meses de dezembro 2015 e janeiro 2016. E espera-se que ao final desse levantamento possa-se ter um panorama da valorização da sustentabilidade nas empresas como estratégia para manutenção dos negócios que possam ser economicamente viável para organização, mas sobretudo socialmente respeitável e ecologicamente correto.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade; Estratégia Empresarial; Competitividade.