



**VANTAGEM COMPETITIVA COM A PRÁTICA DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE**

Sandra Stöckli de Vasconcelos
sandrastockli@hotmail.com

Miguel Arantes Normanha Filho
m.arantesprof@yahoo.com.br

Sumaré
FACULDADE

Revista Acadêmica Eletrônica Sumaré

RESUMO: A motivação para a escolha do tema do artigo deve-se ao fato de que responsabilidade social e sustentabilidade são temas já incorporados na pauta de discussão nos mais diversos níveis da sociedade, mas que, entretanto, observa-se o desconhecimento e mesmo dúvidas sobre o grau das obrigações das empresas com a sociedade. O objetivo principal para a elaboração deste artigo foi, com base na revisão de literatura, verificar se uma organização de negócios alcança a vantagem competitiva com a prática da responsabilidade social e sustentabilidade. Justifica-se a pesquisa para a elaboração do artigo, uma vez que, de forma definitiva, responsabilidade social e sustentabilidade entraram na pauta de discussão no meio político, nas ações dos empresários, na área acadêmica e, principalmente, tornou-se um assunto de interesse do cidadão comum.

PALAVRAS CHAVE: Organização de negócios. Obrigações das organizações. Vantagem competitiva. Responsabilidade social. Sustentabilidade.

Introdução

As organizações têm tomado consciência de que o crescimento econômico, sem uma preocupação com a reposição dos recursos naturais, não tem sido favorável a nenhuma das partes e que, sem a reposição ou mesmo um consumo mais consciente, esses recursos estarão fadados a um fim e conseqüentemente, não haverá matéria prima para sua produção. Começam, também, a se preocupar com sua atuação efetiva no campo da responsabilidade social.

O sistema formal de ensino, em especial as faculdades, centros universitários e universidades, também têm se preocupado em formar administradores mais conscientes com a responsabilidade social e com o meio ambiente, tentando ensinar a fazer um crescimento econômico de forma a diminuir o desequilíbrio que as organizações possam causar na natureza, mas ainda longe do ideal, o ensino do desenvolvimento sustentável.

Hoje, a preocupação com a responsabilidade social e a sustentabilidade se faz necessária para que se possa garantir um mundo melhor para as futuras gerações. Mendes (2008, p.24) diz que: “Nos dias atuais o conceito de sustentabilidade já está acoplado ao conceito de desenvolvimento social e econômico”.

O tema é abrangente e uma organização de negócios não pode somente ter a preocupação com o impacto ambiental que ocasiona em seu entorno. Mas também com a responsabilidade social para com seus empregados, consumidores – clientes – e fornecedores, tornando-se, portanto, um tema relativamente novo e que requer um novo paradigma de competências e habilidades para torná-lo viável, pois é necessário aplicá-lo. Contudo, o como fazer é uma fase na qual as organizações e a área acadêmica estão no estágio de aprendizado.

A escolha do tema para elaboração do artigo *Vantagem competitiva com a prática de responsabilidade social e sustentabilidade* deve-se ao fato de serem temas incorporados na pauta de discussão em todos os níveis da sociedade, mas ainda constata-se o desconhecimento e mesmo dúvidas sobre o grau das obrigações da empresa para com a sociedade. E, também, como fazer a medição das obrigações e ações, de forma que o assunto não fique restrito ao campo da

boa intenção e escape ao planejamento, organização, implantação, direção e controle de ações (estratégias efetivas), a partir de indicadores previamente definidos.

Para o artigo, definiu-se *vantagem competitiva sustentável*, conforme exposto por Nunes (2007) para quem a vantagem competitiva é um conceito desenvolvido por Michael E. Porter, que procura mostrar a forma como a estratégia escolhida é seguida pela organização a fim de determinar e sustentar seu sucesso competitivo. Porter (1999, p. 127) ensina que “A estratégia corporativa da maioria das empresas destruiu, em vez de criar valor para os acionistas”. Larentis (2005, p.27) expõe que “Não basta alcançar uma vantagem competitiva, mas também sustentá-la. Isso sem dúvida acrescenta novas nuances e complicações aos cenários dos negócios [...]”.

O objetivo principal para elaboração do artigo, para fazer frente ao tema, foi assim definido: com base na revisão de literatura, verificar se uma organização de negócios alcança a vantagem competitiva com a prática responsabilidade social e sustentabilidade.

Justifica-se a escolha do tema, pois de forma definitiva, responsabilidade social e sustentabilidade entraram na pauta de discussão no meio político, nas ações dos empresários, na área acadêmica, e, principalmente, tornou-se um assunto de interesse do cidadão comum.

A metodologia aplicada foi a revisão de literatura, Stein (2008, p. 9) ensina que: “É o momento de construir o arcabouço teórico para explicar e dar significado aos fatos que se pretende investigar, aprofundando o que se propõe a estudar [...]”.

Desenvolvimento

Muhammad Yunus, ganhador do Prêmio Nobel da Paz em 2006, em sua obra *Um mundo sem pobreza – a empresa social e o futuro do capitalismo* faz uma triste constatação da responsabilidade social corporativa. Constatação de quem entende de pobreza e desigualdade social, “[...] alguns líderes empresariais abusam desse conceito para produzir benefícios em proveito próprio.” (YUNUS, 2008, p. 32).

Ansoff (1983), apesar de não explicitar em sua obra o termo responsabilidade social como hoje é propagado, cunhou o termo OSA (Organização a Serviço do Ambiente), pois compreendeu as complexidades e transformações da sociedade, os valores sociais e a necessidade de alteração das formas organizacionais para atender às demandas do ambiente. O autor ensina que “As OSAs [...] Ao produzir bens e serviços, elas consomem recursos [...] A não ser que os recursos sejam constantemente renovados, a OSA ‘entra em colapso’ e cessa suas operações [...]” (ANSOFF, 1983, p. 20). Assim, temos hoje que, se uma organização não estiver atenta ao seu papel no âmbito das ações de responsabilidade social, não será uma organização a serviço do ambiente em que atua, portanto, conclui-se que ela entrará em “colapso” e cessará suas operações.

Para aprofundamento sobre a responsabilidade social e sustentabilidade no contexto do tema do artigo, vamos recorrer a Rocha Loures (2008, p.17) quando argumenta que, “Negócios sustentáveis são aqueles em que estão presentes e atuantes com competências capazes de, no mínimo, criar valor econômico-financeiro sem causar danos ao meio ambiente, ou a terceiros”.

Certo e Peter (1993, p. 279) definem a responsabilidade social “[...] como o grau em que os administradores de uma organização realizam atividades que protejam e melhorem a sociedade além do exigido para atender os interesses econômicos e técnicos da organização”. Tal definição deixa em aberto o quanto de proteção e melhoria será exigida da organização, dando realce à dimensão e resultado econômico do negócio. O problema da definição é que ela inibe uma ação planejada, organizada, dirigida e controlada por meio de indicadores, sendo assim, em tal contexto, uma contribuição mínima pode ser entendida como responsabilidade social. Os autores ressaltam que não existe um consenso sobre o significado da responsabilidade social e “[...] raramente existem padrões precisos para determinar se uma empresa está agindo de forma responsável socialmente” (p. 285).

Gomes e Moretti (2007) observam que existe um discurso empresarial que acredita que a responsabilidade social deriva da incapacidade do Estado em resolver os problemas econômicos e sociais. A responsabilidade social empresarial é a proposta para resolução desses problemas.

Friebe e Martins (2007) explicam a responsabilidade social em um contexto de sistemática de trabalho, metas e monitoramento de resultados definidos em ações planejadas com clara definição de objetivos.

Vamos encontrar em Lévesque (2007, p.50) um significado de um novo paradigma do repensar a economia no sentido do desenvolvimento sustentável,

A grande transformação em curso seria, assim, composta de diversos vetores que representam tanto ameaças como oportunidades para pensar de outra maneira o desenvolvimento econômico, inclusive no sentido de um desenvolvimento sustentável.

Sobre a nova era da sustentabilidade e a consciência coletiva com relação ao meio ambiente, Tachizawa e Andrade (2008, p.19) ensinam que a “[...] consciência coletiva com relação ao meio ambiente e as complexidade das atuais demandas ambientais que a sociedade repassa às organizações induzem um novo posicionamento por parte das organizações diante de tais questões”.

Conclusão

Ainda não chegamos ao ideal de uma economia sem degradação ambiental, sem poluição ou ainda sem tanta disparidade social, mas já existem indicativos das possíveis soluções para a nossa sociedade, todavia é um caminho longo com obstáculos e desafios desconhecidos. É certo, também, que existe a preocupação, não só por parte de uns poucos ativistas, mas, sim, de uma população que exige mais das organizações e demonstra isso ao optar por produtos produzidos o mais naturalmente possível, respeitando a natureza e a sua fragilidade. Deve ser ressaltado, que não se encontram, na literatura, conceitos e suportes teóricos amplamente clarificados, para eficaz aplicação prática.

Na revisão de literatura feita para elaboração do artigo, constatou-se como raro ou mesmo ato isolado a bem sucedida prática abordada pelas autoras Friebe e Martins (2007), que aplicam as ações de responsabilidade social em um contexto de sistemática de trabalho, metas e monitoramento de resultados definidos em ações planejadas com clara definição de objetivos. Assim explicadas: “[...] na existência de pequenas ações de melhoria, de forma continuada e planejada, auto-sustentada, efetiva, mensurável e compartilhada” (p. 174).

Com relação ao objetivo principal do artigo, conclui-se que uma organização de negócios pode obter vantagem competitiva com a prática de responsabilidade social e sustentabilidade, adotando a prática da administração estratégica definida por Certo e Peter (1993, p. 6): “[...] administração estratégica é definida como um processo contínuo e interativo que visa manter uma organização como um conjunto apropriadamente integrado a seu ambiente”, em resumo, ser uma OSA (organização a serviço do ambiente), termo definido por Ansoff (1983).

Por último, no contexto do objetivo principal do artigo, a obtenção da vantagem competitiva torna-se possível com as ações expostas por Friebe e Martins (2007) de forma que as estratégias escolhidas nos âmbitos da responsabilidade social e sustentabilidade possuam clareza quanto a sua implementação e controle, para sustentar seu sucesso competitivo, por meio da “[...] combinação dos recursos [...]” (LARENTIS, 2005, p. 27).

Os estudos feitos permitem elaborar a seguinte proposição: as organizações de negócios que praticam responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável alcançam vantagem competitiva sustentável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANSOFF, H. Igor. **Administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 1983.
- CERTO, Samuel C.; PETER, J. Paul. **Administração estratégica** – planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: MAKRON Books, 1993.
- FRIEBE, Elisabete Grande; MARTINS, Karina. **Peça por peça**: um programa de responsabilidade social. In: FARFUS, Daniele (org.). Inovações sociais. Curitiba: SESI/SENAI/IEL/UNINDUS, 2007. p. 165-174 (Coleção Inova, v.2).
- GOMES, Adriano; MORETTI, Sérgio. **A responsabilidade e o social** – uma discussão sobre o papel das empresas. São Paulo: Saraiva, 2007.
- LARENTIS, Fabiano. **Relacionamento com fonte de vantagem competitiva sustentável**: um estudo de caso entre fabricantes de móveis e lojas exclusivas. 2005, dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- LÉVESQUE, Benoit. **Contribuição da nova sociologia econômica para repensar a economia no sentido do desenvolvimento sustentável**. RAE, São Paulo, v.47, n.2. abril/junho 2007.
- ROCHA LOURES, Rodrigo C. da. **Proposições provocativas** – ensaios sobre sustentabilidade e educação. Curitiba: FIEPR, 2008.
- MENDES, Tânia. **O capital natural do planeta corre perigo**. Revista Brasileira de Administração. Brasília, ano XVIII, ed. 67, p. 8-12, Novembro/Dezembro de 2008.
- _____. **A única saída para o planeta**. Revista Brasileira de Administração. Brasília, ano XVIII, ed. 67, Novembro/Dezembro de 2008.
- NUNES, Paulo. **Conceito de vantagem competitiva**. Knoow.net, São Paulo, out. 2007. Disponível em: <http://knoow.net/cienceconempr/gestao/vantagecompetitiva.htm>. Acesso em: 10/05/2009.
- PORTER, Michael E. Competição – on competition. **Estratégias competitivas essenciais**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- TACHIZAWA, Takeshy; ANDRADE, Rui Otávio Bernandes de. **Gestão socioambiental**: um modelo de monitoramento ambiental e da sustentabilidade empresarial. In:REVISTA ANGRAD, v.9, n.4, p. 495-517. Rio de Janeiro: Out-Nov-Dez/2008.
- _____. **Gestão socioambiental**. Estratégias na nova era da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- STEIN, Maria de Lourdes Tomio. **Normas para elaboração de projetos de pesquisa e trabalhos acadêmico-científicos**. Curitiba: UniBrasil, 2009.
- YUNUS, Muhammad. **Um mundo sem pobreza**. A empresa social e o futuro do capitalismo. São Paulo: Ática, 2008.