

Sustentabilidade como Imperativo Estratégico: entre a retórica ética e a racionalidade do negócio

RESUMO

Introdução

O crescimento do discurso ESG nas empresas contrasta com a superficialidade de sua aplicação. Muitas iniciativas priorizam imagem e reputação, sem promover mudanças estruturais. Este ensaio parte da premissa de que a sustentabilidade deve ser resgatada da esfera ética para ser integrada como pilar estratégico, voltado à competitividade e perenidade das organizações.

Fundamentação e Discussão

A análise parte da literatura sobre valor compartilhado, governança e competitividade sustentável. Dados de mercado e casos de empresas mostram como o ESG, quando integrado à estratégia, gera valor real. Por outro lado, incoerências entre discurso e prática — como nos casos Americanas e Braskem — revelam riscos reputacionais e financeiros, expondo a fragilidade da abordagem meramente retórica.

Conclusão

Sustentabilidade deve deixar de ser apêndice reputacional e passar a ser critério estratégico de decisão. Empresas coerentes entre discurso e prática se destacam em resiliência, inovação e acesso a capital. O ESG, quando integrado à gestão, fortalece a perenidade. Ignorar essa lógica expõe as organizações a riscos sistêmicos e à perda de relevância no mercado.

Referências

PORTER, M.; KRAMER, M. (2011). ELKINGTON, J. (1999). HENDERSON, R. (2020). KPMG (2022). ANBIMA (2023). EDELMAN (2023). MORNINGSTAR (2023). SUZANO (2021). UNILEVER (2021). NATURA (2022). LOJAS AMERICANAS (2023). BRASKEM (2023).

Palavras-Chave: Sustentabilidade corporativa / Estratégia empresarial / Valor compartilhado