

# SUSTENTABILIDADE



**Santa Maria – RS, 2022**

**CONTEÚDO ELABORADO POR:**

Profª Aline Passini  
Acadêmico Clayton dos Santos Lima

**EQUIPE TÉCNICA:**

Arthur Humbelino dos Santos  
Clayton dos Santos Lima  
Felipe Cavalheiro Zaluski

**EQUIPE DA INCUBADORA SOCIAL E PRE:**

Lucas Veiga Avilla – CHEFE DE INCUBADORA SOCIAL  
Elisandra Della-Flora Weinitschke – TÉCNICA EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS DA IS-UFSM  
Jaciele Carine Sell – COORDENADORA DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL E CIDADANIA (CODERC)  
Flavi Ferreira Lisboa Filho – PRÓ-REITOR DE EXTENSÃO (PRE)

Incubadora Social da UFSM  
Avenida Roraima, 1000, prédio 47, sala 963, Bairro Camobi  
Santa Maria – RS.  
CEP: 97105-900  
E-mail: [incubadorasocial@ufsm.br](mailto:incubadorasocial@ufsm.br)

## **1. INTRODUÇÃO**

O crescimento do debate e da conscientização ambiental fez com que, processos operacionais e rotinas empresariais focassem em questões relativas ao meio ambiente. Por muito tempo a ideia de sustentabilidade, foi considerada como um custo desnecessário para empresários e para empresas ao redor do mundo, no entanto, devido a uma série de eventos e debates essas questões foram incorporadas no planejamento das instituições (DIAS, 2018; SEBRAE 2015).

No entanto, atualmente a adoção de práticas sustentáveis está acessível para empresas de todos os portes e não apenas para empresas com grande volume de recursos financeiros. Inclusive, empresas que não atentem aos aspectos ambientais e sociais, tendem a sofrerem maiores incidências de gasto com o desperdício de recursos e tendem a não apresentar uma boa imagem institucional, o que pode atrapalhar a empresa na criação de novos negócios e na fidelização de novos clientes (SEBRAE, 2013; 2015).

Essa cartilha desenvolvida pela equipe de bolsistas da Incubadora Social, com a supervisão da equipe técnica e com revisão técnica de um docente da UFSM, visa demonstrar aos gestores das empresas incubadas, as questões chaves relativas ao desenvolvimento de negócios sustentáveis, que juntas conduziram para uma gestão mais responsável, tanto na parte social, ambiental, sem desconsiderar as questões relativas ao retorno financeiro para os gestores.

Além do mais, esse material possui o intuito de apresentar a evolução, conceitos e a importância em transformar o seu negócio em um negócio sustentável. Através da discussão gerada, aliada às demais cartilhas e atividades realizadas pela Incubadora Social da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), espera-se que esse material auxilie no desenvolvimento pessoal dos gestores e no desenvolvimento do modelo de negócios da empresa, buscando alocar esforços e recursos para o desenvolvimento do seu empreendimento.

## **2. COMO SURTIU A SUSTENTABILIDADE?**

Atualmente a sustentabilidade empresarial está muito ligada com a imagem e com a missão da empresa, visto que esta visa auxiliar no processo de desenvolvimento das organizações. Muito disso se deve ao crescimento desordenado das empresas, o que impõe com que elas criem medidas para proteção ambiental, social e econômica da instituição, seja para atender as expectativas das partes interessadas, ou para gerar vantagem competitiva perante os demais concorrentes.

No entanto, a sustentabilidade nem sempre foi tratada dessa forma, foram necessários diversos eventos e debates sobre o impacto do crescimento industrial e das consequências da ação dos homens com relação ao meio ambiente. Antigamente, devido ao avanço da industrialização e do crescimento desordenado das civilizações e das

idades, o consumo de recursos, como madeira e o desmatamento foram fatores que atentaram as instituições governamentais sobre a necessidade de um cuidado maior com o meio ambiente (BARBIERI, 2011).

Conforme o decorrer dos anos, diversos eventos para debater as questões ambientais foram criados, tendo como um dos principais eventos o “nosso futuro em comum”, realizado em 1986 e oriundo de um estudo realizado pela ONU, esse documento apresenta o que até hoje é tratado como conceito de desenvolvimento sustentável, “aquele que atende às necessidades do presente, sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades” (SEBRAE, 2015).

No entanto, o século 21, trouxe consigo novos desafios, aliando retornos ambientais e sociais, sem desconsiderar os retornos econômicos. Negócios com cunho sustentável permitem que gestores melhorem a imagem da empresa, e utilizem a sustentabilidade como uma vantagem competitiva perante os seus concorrentes, visto que, ao perceberem a visão sustentável do negócio, possíveis clientes se engajem com as ideias da empresa e consumam seus produtos e serviços.

Além do mais, as questões relativas à sustentabilidade ganharam ênfase no decorrer da pandemia causada pela Corona vírus, visto que, investidores passaram a buscar negócios que apresentavam contribuições para a sociedade e que estivessem engajadas em questões que não prejudiquem a imagem da empresa e com isso diversas empresas passaram a atender com as questões relativas aos objetivos do desenvolvimento sustentável e para os seus aspectos ambientais e sociais.

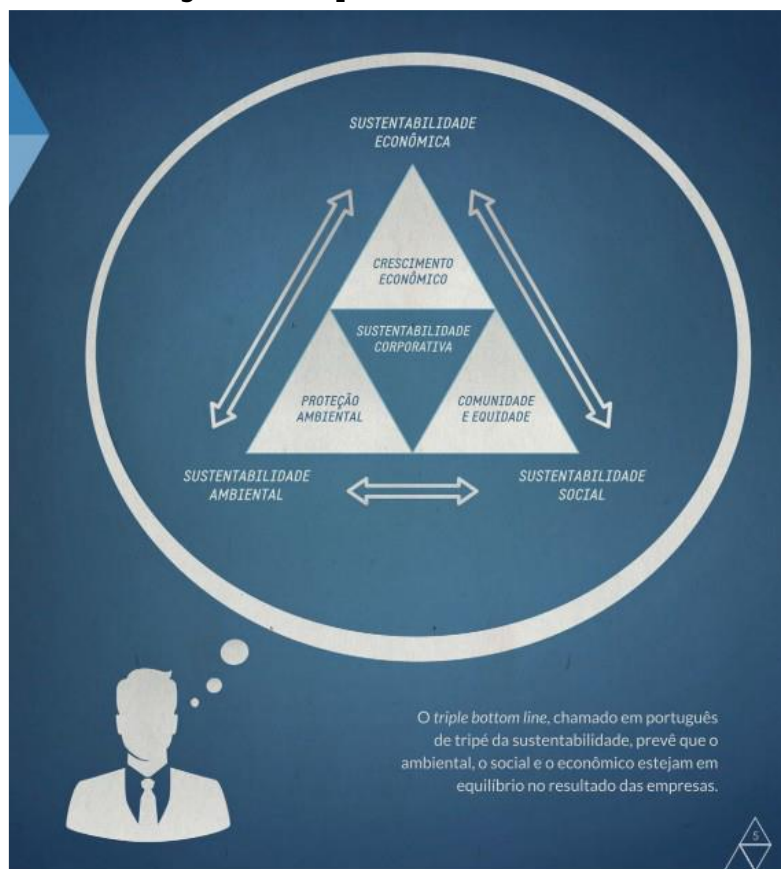
### **3. EVOLUÇÃO DA SUSTENTABILIDADE**

Conforme falado anteriormente, a sustentabilidade passou por diversos avanços, e baseado no nosso futuro em comum, que foi um dos eventos, de maior impacto e que apresentou a importância de conservação dos recursos naturais do planeta. Da mesma forma, esse relatório apresentou importantes contribuições como o conceito do desenvolvimento sustentável e o pensamento de que os recursos da terra são limitados e que existem gerações futuras (filhos e netos) que dependeram das atitudes das gerações atuais, o que acentuou o debate dessas questões.

A evolução da sustentabilidade também pode ser dividida em três etapas, a primeira que corresponde o período de (1987-1997) que com base nas ideias apresentadas pelo nosso futuro comum, passou a ser tratada como prioridade por nações ao redor do mundo, na sua segunda fase (1998 – 2002) essa preocupação passou a ser das pessoas e das instituições, posterior a isso até os dias atuais a sustentabilidade passou a ser do interesse tanto das nações, como das instituições e da sociedade como um todo, representando assim a relevância da temática (Leal Filho, 2011).

Nesse sentido, para o desenvolvimento da sustentabilidade, as empresas possuem um papel fundamental, seja na adoção de práticas sustentáveis quanto no engajamento dos funcionários, clientes e fornecedores. Com base nesse pensamento, um empresário Norte Americano chamado John Elkington, criou o tripé da sustentabilidade, este permitia analisar o papel da sustentabilidade nos negócios, no qual defendia que era necessário que empresas entendessem e respeitassem o equilíbrio entre as questões ambientais, sociais e econômicas, refletindo esses três fatores em seus resultados (Elkington, 1999).

**Figura 01: Tripé da Sustentabilidade**



**Fonte: SEBRAE (2015).**

Conforme apresentado na Figura 1, o tripé da sustentabilidade é composto por sustentabilidade ambiental, econômica e social, mantendo esses três fatores como aspectos importantes para o equilíbrio e para o desenvolvimento das atividades da empresa, bem como, seu crescimento. De maneira geral, esse tripé representa que as instituições devem manter seu foco em gerar retorno financeiro (sustentabilidade econômica) sem desconsiderar as questões que tratam da sociedade (sustentabilidade social) e das questões ambientais (sustentabilidade ambiental) (SEBRAE, 2015).

Da mesma forma, ao pensarmos no engajamento das organizações, não há como esquecer os objetivos do desenvolvimento sustentável (ODS), que se trata de um conjunto com 17 objetivos, para tornar o mundo um lugar mais sustentável e de melhor convivência. Esses objetivos são apresentados na Figura 2, e destaca de forma detalhada os 17 ODS da ONU.

**Figura 02: ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável)**



Fonte: ONU (2015)

Esses objetivos tratam de questões, relativas à igualdade social, redução da fome e erradicação da pobreza e acesso a ensino de qualidade. Também, tratam do consumo consciente de recursos e da preservação do meio ambiente e da vida, sem desconsiderar questões relativas ao bem-estar e a inovação das 8 indústrias de forma consciente, garantindo assim a geração de empregos dignos e da geração de parcerias entre instituições de ensino, governo e empresas de modo geral.

Esses objetivos são oriundos dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, que da mesma forma, também visavam o desenvolvimento social, ambiental e econômico (ONU, 2000). Com o intuito de gerar e causar maior impacto foram criados os 17 objetivos acima apresentados, em cada um existe um conjunto de metas a serem atendidas até o ano de 2030. No entanto esses objetivos não são apenas para instituições empresariais, nesse sentido, para atender as demandas impostas para atender esses objetivos, é necessário um engajamento de empresas, de universidades, do governo e da sociedade como um todo, visto que as questões ambientais e sociais tratadas nos objetivos não dependem única e exclusivamente das empresas, mas sim da interação de todas as partes interessadas.

Porém, ao pensarmos que as instituições de ensino são laboratórios para o desenvolvimento de inovação e é nas empresas que essas práticas são testadas de fato, considera-se que essas instituições, funcionam como o elo entre universidade e a sociedade, pois, é na empresa que a inovação gera os resultados e gera benefícios para a sociedade, nesse sentido, justifica-se também a importância da adoção da sustentabilidade por parte das empresas.

#### **4. POR QUE TER UM NEGÓCIO SUSTENTÁVEL?**

Em um estudo realizado pelo SEBRAE, foram observadas as percepções de gestores de pequenas empresas no que tange a sustentabilidade, nessa oportunidade, diversos entrevistados analisaram que a sustentabilidade era uma maneira de melhorar a imagem da empresa e assim conquistar novos clientes e aumentar seus ganhos financeiros (SEBRAE, 2013).

Além do mais, gestores de pequenas e médias empresas estão percebendo que ao adotarem uma visão mais sustentável do seu negócio, há possibilidade de uma redução em suas despesas fixas, visto que, através do consumo consciente de água, luz e dos recursos (materiais de consumo e matéria prima), a empresa consegue aperfeiçoar seus processos, reduzindo assim custos desnecessários e possibilitando novos investimentos (SEBRAE, 2013).

No entanto, para que essa prática gere retornos financeiros, as questões que tangem a um ambiente institucional mais sustentável não devem ser tratadas como apenas um discurso, elas devem ser colocadas em prática, para gerar resultados e adquirir retornos, sejam eles ambientais, sociais ou econômicos.

Em outro estudo realizado pelo SEBRAE, gestores de pequenos negócios apresentaram alguns pontos positivos que a sustentabilidade proporcionou para seu negócio. Esses benefícios são elencados com base nos resultados obtidos pelo estudo e são apresentados na figura 3.

**Figura 03: Benefícios da adoção de práticas sustentáveis.**

- Redução de custos derivada de melhor gestão ambiental;
- Melhoria da imagem e das vendas;
- Fortalecimento e fidelidade à marca e ao produto;
- Valorização da empresa na sociedade e no mercado;
- Ganho em tributação, com as possibilidades de isenções fiscais;
- Produtividade pelo maior empenho e motivação dos funcionários;
- Retorno publicitário com a divulgação de mídia espontânea;
- Contratos com o setor público, que tende a selecionar empresas socialmente responsáveis e ecologicamente corretas;
- Contratos com grandes empresas, que necessitam alinhar sua cadeia produtiva com os novos valores.

**Fonte: SEBRAE (2015).**

Com base na Figura 3, nota-se que ao transformar o seu empreendimento em um negócio sustentável os gestores, tiveram diversos benefícios, dentre eles: A redução de custos, oriundos de uma gestão ambiental efetiva, a valorização da empresa seja para clientes como para fornecedores e para a sociedade; Divulgação espontânea das práticas geradas pela empresa, o que se dá através de engajamento via redes sociais, o que também impulsiona e alavanca as atividades desenvolvidas pela empresa, entre outras.

Nesse sentido, pensar em sustentabilidade, não é apenas pensar em impactos ambientais, a sustentabilidade representa a visão de um todo da empresa, pensando em aspectos ambientais, sociais, da continuidade do negócio ou do engajamento de novos clientes, visto que apresentar uma visão mais consciente permite com que a empresa capte novos clientes e de certa forma tenha acesso a novos recursos, sejam eles intelectuais ou financeiros.

Tratando a empresa como um todo, pensando na preservação do negócio de maneira ambiental, social e econômica, permitindo que os gestores, além de manterem a empresa em plena atividade, ainda engajem a comunidade a missão da empresa, permitindo assim, criar uma vantagem competitiva perante os demais concorrentes.

Além, dos benefícios para a imagem do seu empreendimento e para a sociedade, a sustentabilidade permite um controle maior dos recursos da instituição, sejam eles financeiros ou recursos de consumo, como matéria prima, o que permite reduzir custos operacionais, aperfeiçoar os processos da empresa e engajar os funcionários nas atividades desenvolvidas pela empresa.



## **5. APLICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE EM PEQUENOS NEGÓCIOS**

Em sua cartilha voltada para a aplicação da sustentabilidade em pequenos negócios, o SEBRAE (2015) destaca questões iniciais que podem impulsionar e alavancar a sustentabilidade em seu modelo de negócios, além de gerar os benefícios elencados nas seções anteriores.

- Redução do consumo de água;
- Redução do consumo de energia;
- Gestão de pessoas;
- Gestão ambiental;
- Gerenciamento de recursos sólidos.

Essas questões embora simples podem representar redução de custos, otimização de processos e engajamento dos funcionários e dos clientes. Ao realizar a gestão de pessoal, através da valorização do esforço de seus colaboradores, a empresa ganha resultado, visto que ao se sentir engajado com as atividades da empresa os funcionários desempenharam um desempenho voltado às atividades da empresa. Da mesma forma, a gestão de recursos, de água e de energia, além de reduzir custos e demonstrar o comprometimento da empresa com as pautas ambientais, ainda permite a geração de renda para outras comunidades, através da reciclagem dos recursos da empresa.

Esse aspecto, também engaja a sociedade, demonstrando que além da gestão ambiental gerada pela empresa, ela ainda traz benefícios sociais e econômicos para a sociedade, o que faz com que as pessoas da comunidade onde a empresa atua, compartilhe as ideias da empresa, o que de forma indireta, gera benefícios para ao empreendimento. Nesse sentido, a visão sustentável do negócio, depende exclusivamente das partes interessadas pelo negócio, visto que, a adoção de um pensamento sustentável não dispense do investimento de altos valores financeiros.

## REFERÊNCIAS

- BARBIERI, J. C. **Gestão Ambiental Empresarial: Conceitos, modelos e instrumentos**. 3ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- DIAS, Maria Aparecida. **A importância da educação financeira para a sustentabilidade de pequenos negócios**. 2018.
- ELKINGTON, J. **Cannibals with forks: The triple bottom line of twenty first 21 century business**. Capstone Publishing, 1999.
- ONU, (2015). **Agenda 2030**. Disponível em: <http://www.agenda2030.com.br/sobre/>. Acesso: 17 nov. 2021.
- ONU, 2000. **Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM)**. Disponível em: <http://www.odmbrasil.gov.br/os-objetivos-de-desenvolvimento-do-milenio/>. Acesso: 17 nov. 2021.
- SEBRAE, Inovação. **Sustentabilidade nos pequenos negócios**. Cuiabá: Sebrae, (2015).
- SEBRAE, Inovação. **Sustentabilidade: bases para o futuro dos pequenos negócios**. São Paulo: Sebrae, 2013.