

AS BARREIRAS QUE AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS ENFRENTAM NA APLICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE EM SEUS PROCESSOS

Aline Nunes dos Santos¹
aline.nunes04s@gmail.com

Carina Carvalho do Nascimento
carvalho.carina222@gmail.com

Manuella Lira Gomes
manulira277@gmail.com

Pedro Vitor da Silva
pedrovitor12052003@gmail.com

RESUMO: As Micro e Pequenas Empresas (MPEs) têm um papel econômico e social fundamental ao meio onde estão inseridas, podendo modificar e influenciá-lo. Com isso, esse estudo objetiva identificar as barreiras que MPEs enfrentam ao aplicar processos sustentáveis em seus negócios e buscar meios para viabilizar a sustentabilidade em sua economia, inovação e adaptação. A metodologia tem abordagem qualitativa, de natureza aplicada, com pesquisa bibliográfica e estudo de caso que apresentam dados e formas de viabilizar a sustentabilidade em MPEs, para a melhor compreensão sobre o contexto em que estão inseridas, seus conhecimentos sobre métodos sustentáveis e aplicações. Com o estudo realizado foi possível ter melhor amplitude sobre a aplicação da sustentabilidade e seus benefícios ambientais, sociais e econômicos eliminando diversas dúvidas e incertezas, onde os resultados obtidos mostram que é possível ter uma empresa de crescimento sustentável.

PALAVRAS-CHAVE: Sustentabilidade, Micro e Pequenas Empresas, Gestão Socioambiental.

Introdução

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi desenvolvido com base no seguinte roteiro:

Questão orientadora: Como viabilizar práticas sustentáveis nos processos das micro e pequenas empresas?

Objetivo geral: Demonstrar os ganhos a longo prazo de uma empresa operar sob práticas sustentáveis.

Objetivos específicos:

1. Apresentar o conceito de sustentabilidade no âmbito corporativo.
2. Relatar as barreiras enfrentadas pelas micro e pequenas empresas para operarem sob princípios de sustentabilidade.

¹ Alunos do Ensino Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio, na Etec de Poá, Poá/SP, Centro Paula Souza. Orientados pela Profa. Tânia Regina Cirillo.

3. Investigar se a sustentabilidade é lucrativa para micro e pequenas empresas.
4. Pesquisar como aplicar a sustentabilidade nas empresas a partir de métodos e legislação vigente.
5. Identificar os motivos pelo qual o sistema ESG é uma realidade restrita no Brasil.

Hipóteses:

1. Economia circular.
2. Inovação.
3. Adaptação de práticas sustentáveis de grandes empresas às MPEs (micro e pequenas empresas).

Justificativa: Esta pesquisa justifica-se, pois, a aplicação da sustentabilidade no mundo atual impacta positivamente em todas as áreas da vida, principalmente em um cenário de aquecimento global, desmatamento e outros desastres ambientais. Há maneiras de vincular a sustentabilidade e o empreendedorismo para que haja lucratividade, visto que grandes empresas já a mantêm em valores e cultura organizacional, mas a aplicação em pequenos negócios é vaga e denuncia uma lacuna do mercado empreendedor; mesmo já comprovada a sua rentabilidade e que ainda diminui os impactos ambientais e influencia positivamente a empresa perante a sociedade.

Metodologia: pesquisas bibliográficas e documentais.

Temas do desenvolvimento:

1. A sustentabilidade e sua relação com a sociedade e as empresas.
2. Diferenças de aplicação da sustentabilidade entre grandes empresas e micro e pequenas empresas (MPEs).
3. As vantagens da sustentabilidade nas MPEs.
4. Como viabilizar as práticas sustentáveis em MPEs.

Desenvolvimento

1. Sustentabilidade e sua Relação com a Sociedade e as Empresas

A origem da palavra “sustentabilidade”, a partir de Elkington (1992), provém do latim *sustentare* (sustentar, defender, favorecer, apoiar e cuidar). Nos dicionários, a definição é através da palavra habilidade, ou seja, ser hábil em suportar/sustentar uma ou mais condições.

O primeiro cenário em que as pessoas começam a refletir sobre a sustentabilidade é após a Segunda guerra mundial e a era nuclear, onde o mundo ficou em alerta à novas fontes de poluição por radiação. Posterior a isso, a sustentabilidade cresceu com a publicação, em 1962, do livro “A Primavera Silenciosa” da autora Rachel Carson, onde a autora enfatizou sobre o uso agrícola de pesticidas químicos sintéticos e destacou a necessidade de respeitar o ecossistema em que vivemos. Após a década de 60, o mundo teve novas visões ambientais para serem colocadas em prática e o meio ambiente tornou-se uma preocupação mundial.

Conseqüentemente o conceito começou a ser expandido na conferência das Nações Unidas, tratando do Meio Ambiente Humano, realizada em Estocolmo em 1972. Este evento foi um marco, e sua Declaração final possui 19 princípios que representam um Manifesto Ambiental para os tempos atuais, além de estabelecer as bases para a nova agenda ambiental do Sistema das Nações Unidas, que se trata de um diagrama de proteção do nosso planeta e seu desenvolvimento sustentável através de mudanças direcionadas para atividades que protejam e renovem os recursos ambientais. Na década seguinte, em 1987, a partir da publicação do relatório “Nosso Futuro Comum”, da Comissão de Brundtland, desenvolveu o conceito da sustentabilidade.

Assim, a definição de sustentabilidade passa a explicitar que o uso sustentável dos recursos naturais, devem, de forma consciente, suprir as necessidades da atual geração sem interferir no futuro da próxima, desgastando recursos naturais básicos para a sobrevivência humana, como por exemplo, a água potável.

Neste viés, a sustentabilidade torna-se o recurso capaz de configurar a civilização e a atividade humana, de maneira que as matérias primas, produtos e serviços, sejam extraídos, desenvolvidos e realizados sem agredir a biodiversidade, os ecossistemas e a qualidade de vida da população; a qual já foi afetada. O principal objetivo é benéfico para todos: reduzir os impactos ambientais completamente, parcialmente, ou, na pior das hipóteses, minimamente. Para isso, em seus pilares, a sustentabilidade prega pelo debate social, ambiental e econômico. Em suma, o desenvolvimento sustentável é aquele que atende as necessidades presentes sem comprometer que as necessidades das gerações futuras sejam atendidas. (BRUNDTLAND, 1987)

Relacionando os conceitos acima com o contexto empresarial brasileiro,

pode-se definir micro e pequenas empresas como aquelas de sociedade simples e de responsabilidade limitada devidamente registradas no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas. Uma microempresa é caracterizada por ter receita bruta anual igual ou inferior a R \$360.000,00 e uma pequena empresa deve ter seu rendimento bruto anual entre R \$360.000,00 e R \$4.800.000,00.(Lei Complementar N°123, de 14 de dezembro de 2006).

As micro e pequenas empresas (MPE's) representavam, até 2011, cerca de 27% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro (IBGE, 2011), sendo pouco mais de 9 milhões de MPE's, sendo responsável por metade dos empregos formais; evidencia-se, portanto, a sua importância no cotidiano brasileiro (SEBRAE, 2014).

Para as empresas em particular este [adotarem práticas mais sustentáveis] tem sido um desafio ainda maior pois os consumidores têm se tornado mais exigentes (cobrando das empresas produtos ambientalmente e socialmente responsáveis) bem como a legislação ambiental que tem se tornado cada vez mais rigorosa e punitiva para as organizações que prejudicam o meio em que atuam. Neste sentido, as organizações, para se adaptar a esta nova realidade são obrigadas a realizar investimentos em novas práticas produtivas que não prejudiquem o meio ambiente. (VIEIRA,2010, p.01)

Um mundo melhor para as gerações posteriores é uma meta em comum em todo o planeta e a responsabilidade social é um fator chave para entender o papel das MPE's no contexto da sustentabilidade; tal fator se projeta para além da obrigação legal fazendo com que a empresa possa atingir seus objetivos organizacionais (VIEIRA, 2010).

O desenvolvimento sustentável é essencial para qualquer negócio que queira se manter em funcionamento (VIEIRA, 2010) seja em razão da alta exigência consumerista ou em razão legislativa

2. Diferenças de aplicação da sustentabilidade entre grandes empresas e Micro e Pequenas Empresas (MPEs).

A Natura

Este texto resulta de entrevista concedida pela Sra. Denise Hils, representante da Natura, no cargo de diretora global de sustentabilidade da empresa, à jornalista Rosana Jatobá, em 07/02/2021, no programa “Sustentabilidade”, da Rádio CBN, onde conversaram a respeito das práticas sustentáveis da Natura, bem como as metas e projeções da corporação para os anos seguintes.

Na entrevista, Jatobá questiona a prática da sustentabilidade no contexto empresarial hoje, se tais ações são postas em funcionamento ou se apenas permanecem no discurso. Como resposta, Hils acredita que, baseando-se nas experiências com a cosmética, os investidores estão buscando empresas mais comprometidas com o tema, sendo um sinal de maturidade e boas práticas, podendo até ser um diferencial.

Em seguida, a entrevistadora questiona a diretora sobre o sucesso da Natura, buscando saber se tal fator se baseia em seu modelo de negócio que combina impacto social e ambiental. E, dando continuidade à conversa, Hils diz que a empresa tem uma cultura e um propósito desde sua fundação que a faz ser vista como diferenciada. Assim, conclui que boas empresas e sustentabilidade são sinônimas.

A pergunta conseguinte refere-se às metas da Natura e, em específico, o investimento de 800 milhões de reais para a execução de um plano de sustentabilidade. Como solicitado, Hils explica que, em 2014, a Natura lançou o plano 2050 e esse plano guia os investimentos da organização, sendo eles em favor de três causas: 1. “Amazônia Viva”, que visa o aumento do número de negócios na Amazônia, assegurando renda para as famílias; 2. A causa “Mais Beleza Menos Lixo”, focada na logística ambiental, desenvolvimento de refis e embalagens inteligentes, produtos circulares, investimento de recursos no desenvolvimento de tecnologias; e 3. A causa “Cada Pessoa Importa”, que fala da venda direta e o papel das pessoas na empresa, sendo seu compromisso social.

Desta forma, Jatobá retoma a palavra com outro questionamento. Este é acerca do cenário governamental em relação à má reputação internacional do Brasil com suas queimadas e desmatamento e como tais eventos afetam a empresa. Agora com a entrevistada, sua resposta fala sobre a necessidade de

haver mais empresas com esse papel de impactar através de modelos de negócio possíveis com a convivência e preservação dos biomas naturais. É um exemplo que pode ser replicado e escalável, entendendo qual a melhor maneira de construir essa agenda com as autoridades públicas sobre como aproveitar da melhor forma cada bioma.

Dando prosseguimento, a entrevista é direcionada por Jatobá para perguntar acerca do uso dos atributos de governança, ambiental e social para a captação de investidores. Hills responde que o reconhecimento da mentalidade e do comprometimento demonstra que lucro e propósito estão associados. E adiciona que ser sustentável e rentável em algum momento será o mínimo. A gestora adiciona que chega-se a um momento em que cada vez mais entende-se que os negócios que se mostram mais adequados para esse mundo que vem pela frente e que têm, por isso, menos risco hoje e provavelmente tem maior viabilidade no futuro, portanto, mais confiança dos investidores, demonstrando que o capital pode estar trabalhando a favor de uma economia e um desenvolvimento que tem mais a ver com o futuro que a humanidade precisa e deseja, diz Hills.

Desta forma, encerrou-se a entrevista sem mais perguntas relevantes aos propósitos desse trabalho.

Cheirinho Terra

A entrevista a seguir foi realizada pelos autores deste artigo à gestora e microempresária Bruna Torres Martins do ramo de produção de cosméticos, na região do Alto Tietê, S. Paulo. Em seu negócio, Martins é a idealizadora e fundadora da micro empresa Cheirinho Terra, que se propõe a fornecer produtos de beleza sustentáveis e a preços acessíveis desde 2019.

Desta maneira, inicia-se a conversa com a pergunta sobre como a sustentabilidade é aplicada nos processos de sua empresa. Em resposta, a empresária diz que sempre houve a intenção de conceber um produto que não contivesse plástico nas embalagens, usando apenas vidro e papel, e, também, produtos com matéria-prima pouco processada; bem como produtos sem a prática de crueldade animal em sua concepção.

Em continuidade, os autores do artigo questionam-na acerca da lucratividade e benefícios que tais práticas podem apresentar de retorno a sua empresa. Em razão do questionamento, Martins declara que percebe em seu

negócio a sustentabilidade traz benefícios para o meio ambiente com a reutilização de embalagens, através da economia com os refis que oferece para produtos como aromatizadores de ambiente, velas e outros. Ainda, pontua o benefício à saúde, já que, na composição de seus produtos, ela não utiliza componentes que fazem demasiada espuma e poluem as águas as quais são depositados.

Consequente, a pergunta que se faz é acerca dos desafios que enfrenta na aplicação da sustentabilidade em sua empresa. Como resposta, a fundadora do Cheirinho Terra diz ter dois grandes desafios: o primeiro é fazer com que as pessoas tragam o refil para a reposição do produto. E o segundo é o custo com a matéria prima. Ela adiciona que, tenta ao máximo, oferecer aos seus clientes preços acessíveis e, também, a conscientização sobre a reciclagem.

A empresária acrescenta à conversa a importância que enxerga em sua microempresa para sua comunidade, afirmando que o impacto é feito primeiro nas pessoas mais próximas à empresa. Em conclusão, ela informa que acredita que é possível fazer uma pequena empresa crescer e continuar mantendo as metas sustentáveis a partir do diálogo com o consumidor.

Em ambas entrevistas é inicialmente visível que práticas sustentáveis e empreendimento devem caminhar juntos, sendo necessário investimento para, não só como diferencial competitivo, mas um impacto socioambiental.

Assim como a Natura a microempresa Cheirinho da Terra não se preocupa apenas com os impactos ao meio ambiente, mas também com o impacto social, pois é necessária a conscientização dos consumidores e comunidade local para que adotem hábitos sustentáveis, principalmente em questão ao consumo de seu próprio produto e reutilização das embalagens, dito por Bruna Martins. Diante disso é evidente que o investimento e custo para produzir um produto sustentável é um ponto o qual tem peso para o produtor e dono do próprio negócio, porém, é importante saber os benefícios recorrentes da aplicação dessas práticas para que siga firme nos objetivos e metas favoráveis com o ambiente e consumidor, proporcionando um desenvolvimento sustentável para benefício de toda a sociedade.

3. As vantagens da sustentabilidade nas MPEs

Segundo Hexsel e Lagrega (2007), o desenvolvimento de MPEs se pauta em pequenas fatias de mercado, onde a entrada se torna facilitada; mas tendo a concorrência muito alta, os lucros médios são baixos. A lucratividade de uma MPE se baseia muito mais em como ela rege seus recursos internos do que a sua relação com o meio ambiente. Assim, surge a necessidade de mensurar e investigar os motivos pelos quais a sustentabilidade encontra barreiras nas MPEs.

A partir da década de 60, nos EUA, a população começou a se preocupar com os recursos naturais, visto a escassez de alguns suprimentos básicos. Assim, após esse episódio, nota-se uma mudança no perfil do consumidor: além de comprar para suprir a sua necessidade, há a preocupação com seu consumo em relação ao meio ambiente. Dessa forma, as empresas norte-americanas começaram a influenciar o mundo ao se adaptar a demanda do mercado, aderindo ao Marketing Verde. (Jessica Alves, 2020)

De acordo com Kotler (1995) o Marketing Verde é “um movimento das empresas para criarem e colocarem no mercado produtos ambientalmente responsáveis em relação ao meio ambiente”, que além dos benefícios rentáveis, pode ser usado como um ótimo benefício estratégico e publicitário, tendo como objetivo ações que beneficiem o meio ambiente; na produção ou na divulgação do produto/serviço.

Ademais, o Marketing Verde – também conhecido como marketing ambiental e ecomarketing – vende a imagem de uma empresa com consciência ecológica, que busca sempre o desenvolvimento em parceria com o meio ambiente. Todavia, não basta apenas simpatizar com a sustentabilidade: os clientes querem, de fato, um produto sustentável. Então, para se encaixar no ecomarketing, o empreendimento deve ser ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente aceito (LUCAS GABRIEL, 2019).

O prisma econômico da sustentabilidade é respeitar os limites do meio ambiente ao realizar suas atividades de produção, sendo isso uma gestão responsável dos recursos (SACHS, 1997). As vantagens da aplicação da sustentabilidade nas empresas tangem aspectos econômicos e de estratégia. São citadas como vantagens econômicas a redução de custos com água,

energia e insumos, bem como a reciclagem e reaproveitamento de resíduos (NORTH, 1992).

Desta forma, ao pensar em resultados econômicos, pode-se usar a empresa Natura (Empresa de grande porte que produz cosméticos, fundada em 1969 e que tem como missão promover o bem estar dos indivíduos com si mesmos, com os outros e com a natureza) como exemplo. Em 2018, a organização foi eleita a 14° empresa mais sustentável do mundo, segundo pesquisa da Corporate Knights, sendo a única empresa brasileira na lista. Neste mesmo ano, a Natura se comprometeu a aprofundar-se na sustentabilidade e realizar ações como: redução do uso de plástico em seus produtos a partir da criação de refis e a destinação correta de até 20% dos resíduos gerados de seus produtos até o ano de 2020.(MORAES E PAGNUSSAT, 2019). Em resultado de uma pesquisa usando o indicador financeiro de retorno sobre o ativo para estudar a lucratividade da empresa Natura, constataram que a empresa apresentou maiores resultados e crescimento no período seguinte à afirmação do compromisso em relação ao período anterior.

Em uma pesquisa desenvolvida pela agência norte-americana, Union + Webster, e divulgado pela Federação das Indústrias do Estado do Paraná (2019), revelou que 87% da população brasileira prioriza comprar produtos e serviços de empresas sustentáveis, e 70% dos entrevistados disseram que não se importam se o produto for mais caro.

Com o desenvolvimento e surgimento de empresas que possuem a sustentabilidade em suas operações, os consumidores procuram organizações que não se importam apenas com seu próprio crescimento, mas que busquem atividades que tragam o equilíbrio com a qualidade de vida social e ambiental.

Pode-se então, assim, associar que a existência de uma sociedade está vinculada com a manutenção e preservação do ambiente em que ela está inserida, pois essa preservação ambiental se reflete, conseqüentemente, na preservação de várias espécies, incluindo a humana. Além disso, a qualidade de vida também depende do ambiente em que se habita, porém, relacionado às empresas, as mesmas dependem da matéria-prima vinda da natureza para dar continuidade a sua produção.

Visto que há preferência dos consumidores por empresas que possuem

responsabilidade ambiental, os benefícios para o meio ambiente variam de meio utilizado pelas empresas que aplicam a sustentabilidade. Tem-se como exemplo de benefícios para o meio ambiente a economia de energia elétrica, utilização de fontes alternativas de energia, reciclagem de materiais, descarte e tratamento apropriado do lixo, diminuição na emissão de gases poluentes, replantio de árvores utilizadas pelas empresas e o incentivo ao consumismo sustentável são diversas colaborações ambientais a serem apresentadas e utilizadas não só por organizações, mas também pelo público consumidor.

Para o contexto de sustentabilidade já não é necessário apenas pensar no retorno e produtividade em que a empresa terá, mas envolve também buscar contribuir para a construção de uma sociedade mais justa, ética e preocupada com o meio ambiente. A ISO 26000 – a primeira norma internacional de Responsabilidade Social Empresarial, a qual o documento define diretrizes que ajudam empresas e organizações a operar de maneira socialmente responsável – tem como objetivo fazer com que as organizações incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios, e, define a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) como a responsabilidade assumida por uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades sobre a sociedade e o meio ambiente. Sendo assim, uma empresa socialmente responsável é aquela que é preciso ter ética e transparência através de: estar em conformidade com a legislação e normas; ter contribuição para o desenvolvimento sustentável do bem-estar da sociedade; e considerar a perspectiva dos *stakeholders*, os quais são entidades ou pessoas afetadas pelas atividades de uma determinada empresa, segundo o (INSTITUTO BRASILEIRO DE COACHING, 2018).

As organizações, de acordo com o Instituto Ethos² (2016), estão inseridas na comunidade e meio ambiente e dependem desse espaço para crescer, além de serem importantes agentes de promoção do desenvolvimento econômico e do avanço tecnológico e possuem importante influência nas transformações globais. Então, por ter grande capacidade de mudança da construção da sociedade é cabível que as empresas se preocupem - tanto em âmbito local, regional, nacional ou internacional – com as necessidades e manutenção do

² Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) cuja missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.

bem-estar da humanidade.

O que antes se pensava ser uma responsabilidade apenas das grandes empresas agora é entendido também como dever das MPEs, sendo uma boa oportunidade para alavancar os negócios e ter destaque no mercado. Mas isso não é algo feito instantaneamente, um bom começo é criar a missão e valores como norte para as ações.

A transparência empresarial é essencial para a empresa que deseja carregar o título de socialmente responsável, pois precisa olhar para dentro e ser transparente junto aos seus públicos, isso significa estabelecer valores ligados aos direitos humanos na sua forma de agir diante do mercado. Além de ter uma boa relação de proximidade com os clientes e controle sobre os fornecedores, e se esses mantêm práticas éticas. O relacionamento com os colaboradores também é uma ferramenta que gera impacto no fazer social da empresa e está sendo um ponto significativamente relevante na ação das micro empresa; proporcionando uma remuneração digna, gestão participativa, incentivo à educação e ações voluntárias, benefícios como saúde e alimentação, respeito à legislação trabalhista e muita atenção em outras diversas áreas internas na relação entre colaborador e organização. Afinal, não dá para ser bem visto pela comunidade se internamente a sua gestão não valoriza e impulsiona os seus colaboradores. (SEBRAE, 2016).

Definindo o que é uma empresa socialmente responsável as vantagens aparecerão conforme a análise e implementação de estratégias para a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) ser internalizada ao negócio.

Deste modo, segundo o IBC – Instituto Brasileiro de Coaching (2018), a responsabilidade social em uma organização favorece a segurança de uma imagem positiva da organização perante a sociedade; fideliza o cliente; provoca impactos positivos na comunidade; aumenta a produtividade e reter os colaboradores mais qualificados na empresa, pois eles vão preferir trabalhar em uma empresa que prioriza os direitos dos cidadãos e a qualidade de vida; Gera motivação dos profissionais da organização; criar diferencial competitivo; atrai parceiros, fornecedores e investidores que queiram colaborar com a causa social; eleva as oportunidades para as pessoas impactadas com as ações da

empresa; auxilia a organização a administrar riscos e lidar com gestão de crise; minimizar a escassez dos próprios recursos da instituição e da natureza.

4. Como viabilizar as práticas sustentáveis em MPEs.

Atualmente as micro e pequenas empresas (MPEs) correspondem a 30% do Produto Interno Bruto (PIB) do país, porém desde 1985 tem participação de 21% do PIB brasileiro que vem crescendo desde então (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, 2020). A análise feita pelo Sebrae e Fundação Getúlio Vargas (2020) identificou que as MPEs respondem por 53% do PIB dentro das atividades do comércio, já na construção civil, foi observado um crescimento contínuo da participação, saindo de 43% em 2014, para 55% do PIB do setor em 2017, além de 66% dos empregos no comércio, 48% nos serviços e 43% na Indústria. Então, quando levamos em consideração que os pequenos negócios ultrapassam 11 milhões de unidades no Brasil, o volume já se torna bem significativo, isso mostra a grande participação e influência na economia nacional e geração de empregos.

De acordo com Elkington (1994), autoridade mundial em responsabilidade corporativa e capitalismo sustentável, a organização, a longo prazo, deverá estruturar a sustentabilidade no tripé econômico, social e ambiental. Mas um problema gerado foi que o *Triple Bottom Line* (TBL) não desconstruiu o paradigma de garantir que as metas lucrativas sejam atingidas com todos os esforços e, por outro lado, as metas referente ao planeta e pessoas são deixadas em segundo plano. Então, posteriormente em seu artigo “25 Years Ago I Coined the Phrase 'Triple Bottom Line.' Here's Why It's Time to Rethink It” (2018) oferece um conceito de gestão *recall*, no qual diz que desde o início esse tripé foi feito para o crescimento simétrico dos setores empresariais e mudança de sistema, transformando o capitalismo para o amanhã e possibilitando mudanças para o mercado de próximas gerações. Expõe que sucesso ou o fracasso nas metas de sustentabilidade não podem ser medidos apenas em termos de lucros e perdas. Também deve ser medido em termos do bem-estar de bilhões de pessoas e da saúde do planeta, pois apesar do sucesso os recursos ainda estão ameaçados.

QUADRO 1 – TRIPÉ DA SUSTENTABILIDADE



FONTE: Giovanelli (2015).

Todavia, para implementar esses processos em micro e pequenas empresas é necessário meios e métodos eficientes, que podem ser encontrados na norma ISO 14004 (2018), a qual tem como objetivo orientar organizações para estabelecer, implementar, manter e melhorar continuamente um sistema e apoiar uma gestão ambiental, para aquelas que já tenham ou não um sistema de gestão ambiental. Além de ser um guia não apenas para grandes organizações, mas para todas as empresas independentemente do tamanho.

Outros exemplos de instrumentos para aplicação do sistema de gestão ambiental são: as publicações “Ferramentas de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores ETHOS-SEBRAE de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas” (2013) e “Responsabilidade Social e Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo” (2003), desenvolvidas pelo Sebrae, em parceria com o Instituto Ethos (SEBRAE, 2012).

Vinculado a isto, sobre os instrumentos de mensuração e avaliativos da sustentabilidade em empresas de qualquer tipo tem se as normas *Global Reporting Initiative* (GRI), que é uma organização internacional sem fins lucrativos e pioneira no desenvolvimento de uma abrangente estrutura de relatórios sustentáveis, conforme as normas universais – econômica, social e ambiental – com enfoque em tópicos materiais e podem ser usadas por qualquer empresa de todos os tamanhos que esteja elaborando um relatório de

sustentabilidade, a partir das diretrizes G4 desenvolvidas para elaboração e padronização de relatórios.

Conforme Dias (2006), citado por Vasconcelos (2012, p. 37), em nível nacional os indicadores de sustentabilidade em uma organização são: os indicadores Ethos, que prezam pelo balanço social; Bovespa junto ao Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), o qual incentiva os investidores na tomada de decisões em empresas que adotam práticas ESG; e o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), uma organização de cidadania ativa, que produz e formula conhecimentos, análises, questões e propostas

Desta forma, a inovação pode ser uma alternativa viável para a aplicação da sustentabilidade desde que se considere dentro do conceito de inovação a necessidade destes novos produtos criados serem sustentáveis, já que a sustentabilidade implica resultados econômicos, sociais e ambientais positivos. (CARSON, 2002). Pode-se denominar a junção destes dois conceitos em um terceiro: a ecoinovação, que deve levar em conta:

A produção, assimilação ou exploração de um produto, processo de produção, serviço ou método de gestão ou de negócio que é novo para a organização (desenvolvendo ou adotando-a) e que resulta, ao longo do seu ciclo de vida, em reduções de riscos ambientais, poluição e outros impactos negativos do uso de recursos, inclusive energia, comparado com alternativas pertinentes (KEMP e PEARSON, 2008).

Em contraponto, enquanto o impacto econômico pode ser facilmente medido com diversos métodos e ferramentas que existem há anos, as outras duas frentes deste desenvolvimento carecem de formas de medição de desempenho (SCHOT e GEELS, 2008).

Enquanto as abordagens clássicas da inovação reconhecem as partes impactadas por ela como os stakeholders (fornecedores, clientes, órgão reguladores e outros), as inovações sustentáveis alargam os afetados para as comunidades locais, grupos ativistas de ambientalistas e dos direitos dos animais e, a sociedade em geral, aumentando ainda mais a responsabilidade social da empresa e a necessidade de transparência do impacto de suas atividades (HALL e VREDENBURG, 2003).

Em resultado, a inovação sustentável é a introdução de produtos, bens e processos que tragam benefícios ambientais, sociais e econômicos que, não

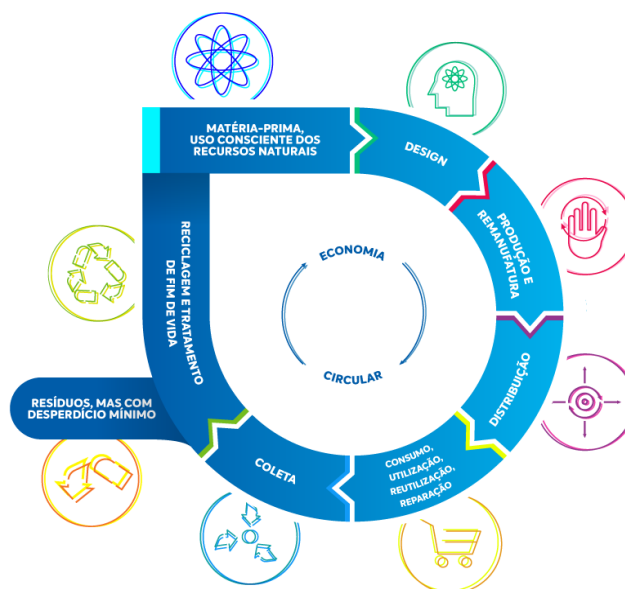
apenas reduzam os impactos negativos, mas resultem em benefícios (BARBIERI, 2007).

O futuro, então, depende de uma mudança em prol do desenvolvimento sustentável para melhoria das condições de vida do planeta. Nesse viés, a Economia Circular (PEARCE E KERRY, 2019) propõe um sistema que priorize matérias-primas já utilizadas para desenvolver outros produtos, priorizando insumos mais duráveis, recicláveis e renováveis.

A Economia Circular defende que é preciso mudar e repensar a forma atual de comercialização: Economia Linear, onde o produto é fabricado, comercializado, utilizado e por fim, descartado, sem levar a reciclagem em conta. O conceito circular propõe um sistema baseado no reaproveitamento de recursos e que todo produto precisa ser pensado em sua totalidade (BRAMMER, 2018). Sendo assim, o reaproveitamento de materiais viabiliza o ciclo produtivo.

No esquema a seguir, é possível visualizar as etapas dessa nova ideia sustentável. De princípio, é extraído a matéria prima, feito o design, produção, distribuição, venda, consumação e, ao invés de descartado, o produto é coletado e reciclado para voltar as fábricas novamente.

QUADRO 2 – O PROCESSO DA ECONOMIA CIRCULAR



FONTE: Bluevision (2018).

Esse esquema representa a ideia central do conceito, que consiste na minimização da extração de recursos, maximização da reutilização e aumento da eficiência no desenvolvimento de processos, a fim de concluir, de fato, a

reciclagem.

Considerações Finais

Os resultados da presente pesquisa mostram que a inovação e a sustentabilidade podem, de fato, ser uma boa estratégia para uma microempresa. Entretanto, é nítida a necessidade da investigação, mais a fundo, das problemáticas particulares de cada caso, no que diz respeito a implementar uma e outra. Assim, entende-se por esse estudo um compilado de possibilidades para alavancar um negócio, no novo tipo de mercado: lucro justo passando por consciência com relação ao meio ambiente.

No que diz respeito às hipóteses de pesquisa, constatamos que elas se confirmam, mas ainda não são uma realidade no contexto brasileiro; restringem-se, no momento, ao campo teórico. Desta maneira, há a importância de investigar o tema da sustentabilidade nas pequenas e micro empresas, com pesquisa de campo; numa urgente necessidade de transformar o atual cenário das empresas, demonstrando como a sociedade e os empresários podem sair com benefícios ao se aliarem com o desenvolvimento sustentável.

Nossa experiência na realização do TCC:

Aline: Fazer um artigo durante o período de pandemia e no último ano da escola foi um trabalho que exigiu bastante atenção e empenho de mim. Então, sou grata à orientadora pelo imenso apoio durante a jornada e aos meus amigos, os quais também o escreveram e dedicaram-se nesse tempo para que o resultado fosse o melhor possível. O conhecimento adquirido sobre a relação entre sustentabilidade e micro e pequenas empresas durante a pesquisa foi de grande valor e espero passá-lo adiante.

Carina: Ao decorrer do desenvolvimento deste trabalho, pude perceber a importância da pesquisa científica e do método científico na produção de conhecimento. Também tive a oportunidade de aprofundar meu conhecimento a cerca da sustentabilidade e de sua aplicação nas MPEs. Além disso, aprendi e desenvolvi maneiras de trabalhar de forma mais alinhada com um grupo a fim de alcançar um único objetivo. Para mim, concluir um trabalho de conclusão de curso foi uma tarefa complexa, mas muito gratificante, quando se observa seu resultado final.

Manuella: O estudo me despertou o interesse ao estudar os benefícios da sustentabilidade além do dia a dia na minha casa, trabalho ou escola. A sustentabilidade, num todo, deveria ser repensada por todos os micros, pequenos e grandes empresários. Em relação ao meu desenvolvimento e conhecimento ao longo do trabalho, sinto-me mais consciente e responsável ao consumir qualquer produto - seja comestível ou não -, pois compreendo que o processo até chegar em minhas mãos, além de limpo, precisa ser justo e responsável com o meio ambiente.

Pedro: Fazer esse artigo ampliou muito a minha visão sobre como podemos ter uma vida de forma harmônica com o meio ambiente sem mudanças radicais para ambas as partes, por isso sou grato a nossa orientadora e minhas companheiras de grupo por seguirem determinadas a poder mostrar essa perspectiva tão pouco utilizada. Em relação a meu aprendizado, eu obtive uma consciência de tudo que consumo e também um novo pensamento de sempre ver novas possibilidades, por mais que as vezes pareça uma tarefa difícil.

Referências

COMO A ECONOMIA CIRCULAR MUDA A MANEIRA EM QUE CONSUMIMOS, Bluevision, 3 maio 2018. Disponível em: <<https://bluevisionbraskem.com/inteligencia/como-a-economia-circular-muda-a-maneira-que-consumimos/>>. Acesso em: 22 out. 2021.

ECONOMIA CIRCULAR: ENTENDA O QUE É, SUAS CARACTERÍSTICAS E BENEFÍCIOS, Portal da Indústria. Disponível em: <<https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/economia-circular>>. Acesso em: 22 out. 2021.

ELKINGTON, 25 years ago I coined the phrase “triple bottom line.” Here’s why it’s time to rethink it. 25 jun. 2018. Disponível em: <<https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it?language=pt>>. Acesso em: 21 out. 2021.

SEBRAE, Pequenos negócios já apresentam 30% do Produto Interno Bruto do país, 08 abr. 2020. Disponível em: <<https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pequenos-negocios-ja-representam-30-do-produto-interno-bruto-do-pais,7b965c911da51710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 25 out. 2021.

GRI - GLOBAL REPORTING INITIATIVE, Sobre GRI, 2013. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/standards/>>. Acesso em: 26 out. 2021.

VASCONCELOS, P. H.; viabilidade da adoção dos indicadores de sustentabilidade da diretriz GRI na estratégia de sustentabilidade organizacional em redes de micro e pequenas empresas, 2012. 105 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de

Produção) – Universidade Tecnológica do Paraná, Ponta Grossa, 2012.

A ONU e o meio ambiente. Nações Unidas Brasil, 16 set. 2020. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente>>. Acesso em: 31 ago. 2021.

"O QUE É SUSTENTABILIDADE?". Uniprime, 2016. Disponível em: <<https://www.uniprimebr.com.br/artigo/edicao01/o-que-e-sustentabilidade>>. Acesso em: 10 set. 2021

VIEIRA, Arley. Sustentabilidade no século XXI: Uma ação social que trará retornos. Revista CEPPG, N ° 22, páginas 171 à 186. jan. 2010.

BRASIL. Congresso Nacional. Lei Complementar nº123, de 14 de dezembro de 2006. Altera a Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, para dispor sobre as normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm>. Acesso em 30 ago. 2021.

MARQUES, J. R. Responsabilidade social empresarial, instituto brasileiro de coaching, [S.l.] IBC, Goiânia, 13 ago. 2018. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/conheca-o-conceito-de-responsabilidade-social-empresarial-rse/>>. Acesso em: 13 set. 2021.

ETHOS - Instituto Ethos. Sobre o instituto ethos, 2016. Disponível em: <<https://www.ethos.org.br/>>. Acesso em: 13 set. 2021.

SODRÉ, P. Desafios do exercício da Responsabilidade Social em micro e pequenas empresas. [S.l.] Responsabilidade Social, 29 fev. 2020. Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/artigo/o-desafio-do-exercicio-da-responsabilidade-social-nas-micro-e-pequenas-empresas/>>. Acesso em: 14 set. 2021.

RESPONSABILIDADE SOCIAL: PESQUISA APONTA QUE 87% DOS BRASILEIROS PREFEREM EMPRESAS COM PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS, G1 Globo, Santa Catarina, 02 mar. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/especial-publicitario/top-sun/top-sun-energia-solar/noticia/2021/03/02/responsabilidade-social-pesquisa-aponta-que-87percent-dos-brasileiros-preferem-empresas-com-praticas-sustentaveis.ghtml>>. Acesso em: 15 set. 2021.

MORAES, C. A.; PAGNUSSAT, A. Auditoria ambiental e a percepção do mercado frente aos projetos de sustentabilidade e responsabilidade social. Revista Científica de Ajes. Juína, MT, n.08, p.130-143, jul./dez. 2019. Disponível em: <<http://www.revista.ajes.edu.br/index.php/rca/article/view/317/257>>. Acesso em: 14 ago. 2021.

HOFFMAN, V. E.; LEONELO, A.M. DIAS. C. N. MATIAS, I. RECURSOS ESTRATÉGICOS PARA VANTAGEM COMPETITIVA SUSTENTÁVEL EM FOOD TRUCKS. Revista Alcance. Universidade do Vale do Itajai, 23, núm. 3, 2016. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/jatsRepo/4777/477749667012/477749667012.pdf>>. Acesso em: 14 ago. 2021.

CLARO, P. B. O.; CLARO, D. P. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. Revista de Administração - RAUSP, vol. 43, no. 4, 2008, pp.289-300. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223417504001>> Acesso em:

14 ago. 2021.

REIS, L. A.; DALFOVO, M. S. Sustentabilidade: uma análise da variância por porte em empresas de comércio e serviços. Revista de Extensão e Iniciação Científica - REIS. Blumenau, SP, v.6, n.2, p.314-336, 16 nov. 2020. Disponível em: <<http://reis.unisociesc.com.br/index.php/reis/article/view/106/108>>. Acesso em: 14 ago. 2021.

GABRIEL, Lucas. Marketing Verde: o que é e por que ele pode ajudar a melhorar a imagem da sua empresa! Rockcontent, 21 dez. 2018. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-verde/>>. Acesso em: 16 set. 2021.

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. ABNT NBR ISO 14004:2018: Sistemas de gestão ambiental - Diretrizes gerais para a implementação. Rio de Janeiro: ABNT, 2018. 73 p.

GIOVANELLI, A. Triple bottom line ou tripé da sustentabilidade 15 jun. 2015. 1 ilustração. Disponível em: <<https://logisticareversa.org/triple-bottom-line-ou-tripe-da-sustentabilidade/>>. Acesso em: 26 out. 2021.