selo verde: a certificação em modelos de negócios sustentáveis

**Resumo**

As questões ambientais têm estado em pauta em pesquisas científicas que apontam as mudanças climáticas e esgotamento dos recursos naturais como consequências do desenvolvimento. Os selos verdes surgiram como um processo de certificação, onde os produtos ou empresas que os aderem seguem regras estabelecidas para mitigar os impactos ambientais. O objetivo deste estudo é identificar a representatividade dos selos verdes nos negócios sustentáveis. Para realização do estudo foi considerada uma amostra composta por 10 empresas sustentáveis. Os dados foram coletados no site do Centro SEBRAE Sustentável. O método de pesquisa utilizado foi bibliográfico e exploratório com análise qualitativa dos dados. Como resultado, o estudo apresentou que os selos verdes estão presentes em 3 empresas da amostra analisada, com diferentes certificações. Mesmo não tendo as certificações, as demais empresas são reconhecidas por ações praticadas junto à comunidade local com foco em mitigar impactos ambientais e desenvolver impacto social positivo.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Sustentável; Selo Verde; Negócio Sustentável.

**ABSTRACT**

Environmental issues have been on the agenda on scientific research that indicates the climate change and depletion of natural resources as consequences of development. Green seals emerged as a certification process, where the products or companies that adhere to them follow established rules to mitigate environmental impacts. The purpose of this study is to identify the representativeness of green seals in sustainable businesses. To carry out the study, a sample composed of 10 sustainable companies was considered. Data were collected on the SEBRAE Sustainable Center website. The research method used was bibliographic and exploratory with qualitative analysis of the data. As a result, the study showed that green seals are present in 3 companies in the analyzed samples, with different certifications. Although not have certifications, the other companies are recognized for actions taken with the local community with a focus on mitigating environmental impacts and developing positive social impacts.

.

**Keywords**: Sustainable development; Green Seal; Sustainable Business

1. INTRODUÇÃO

Desde 1992 com a criação da Agenda 21, um documento assinado por 179 países durante a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, o mundo tem olhado com mais responsabilidades suas relações com meio ambiente (CAVALCANTI, 2003).

Em busca do desenvolvimento sustentável, o Banco Mundial, a Unesco e outras entidades internacionais desenvolveram novas visões de desenvolvimento que contemplam a eficiência econômica, a justiça social e a relevância ecológica (BRUSEKE, 2001).

Para que o Desenvolvimento Sustentável aconteça, é necessário encontrar soluções triplamente vencedoras, que contemplem uma economia viável e ao mesmo tempo gerem impactos sociais positivos e ambientalmente corretos (SACHS, 1998).

No Brasil desde 2016 uma pesquisa realizada pelo SPC Brasil e Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em busca de medir o índice de consumo consciente têm demostrado que os consumidores brasileiros se apresentam num processo de transição para consumidores mais consciente segundo pesquisa divulgada em 2018.

No país a Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010 dos resíduos sólidos estabelece responsabilidade pelo ciclo de vida dos produtos aos consumidores, empresas e comerciantes. (BRASIL, 2010)

Certificados como a ISO 14.001 estabelecem processos de gestão ambiental com o objetivo de preservar os bens naturais e incorpora a preocupação com o planeta, focadas em melhoria continua, prevenção da poluição e cumprimento da legislação e outros requisitos ambientais. (SEBRAE, 2020)

A IS0 (Organização Internacional para Padronização) é uma rede de institutos de padronização com a participação de 165 países, coordenada por um secretariado central localizado em Genebra na suíça, e responsável por criar e rever certificações. A ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) é um dos membros fundadores da ISO e participa de seus comitês, representando o Brasil (SEBRAE, 2020).

Correa (1998) adverte que as etiquetas de informações e advertências, e também os programas que conferem conformidades aos produtos e verificam o consumo de energia elétrica não podem ser confundidos com selos verdes. Para o autor os selos verdes, possuem critérios conferidos a partir da análise de ciclo de vida do produto, concedidos a empresas que se submetem a avaliações periódicas para auferir se os produtos por ela ofertados são amigáveis para o planeta e seus ecossistemas desde seu desenvolvimento até seu descarte.

Os negócios sustentáveis são organizações empresarias onde a visão do seu crescimento econômico não pode estar desconectada da sociedade e do meio ambiente. (SOUZA & SAMPAIO, 2006)

Este estudo se propõe a identificar a representatividade dos Selos Verdes em 18 modelos de negócios sustentáveis disponíveis no site oficial do Centro SEBRAE Sustentável. As empresas selecionadas foram escolhidas intencionalmente por representarem diferentes ramos de atuação no mercado.

O presente estudo será apresentado em 6 seções iniciando pela introdução, na segunda seção é apresentado a revisão de literatura, na terceira a metodologia, a análise e discussão são apresentadas na quarta seção, em seguida conclusão e por último as referencias bibliográficas.

1. REVISÃO DE LITERATURA

Comini (2012) diz que os negócios sustentáveis são dedicados a soluções de impactos sociais e ambientais não solucionadas através de políticas públicas.

Para Veiga (2010) a sustentabilidade é apresentada como um novo valor capaz de promover na sociedade uma nova maneira de pensar a economia através de um processo cíclico que se renova continuamente, buscando soluções criativas para a reutilização dos recursos já explorados, promovendo a exploração de áreas ou recursos do planeta (naturais ou não) de maneira a gerar impactos mínimos em busca do equilíbrio entre o meio ambiente e as comunidades humanas e todo ecossistema dependente para existir.

Bruno 2019 indica que nos últimos anos, acadêmicos e profissionais tem procurado buscar uma definição para negócios sustentáveis, porém em torno do tema existem muitas questões em aberto. Para o autor na maioria dos estudos três assuntos são pontos em comum na discussão envolta sobre negócios sustentáveis:

valor sustentável, rede de valor e Triple Bottom Line (TBL) – empresas que buscam seu desenvolvimento considerando medidas sociais e econômicas, além de financeiras.

No Brasil o Centro SEBRAE de Sustentabilidade criado em 2010 se destina a pesquisas sobre inovações e transformações que podem tornar os pequenos negócios mais rentáveis minimizando os danos ao meio ambiente e colaborando para o desenvolvimento sustentável. O centro tem como missão introduzir o conceito de sustentabilidade nas Micro e Pequenas Empresas e nos Empreendedores, em busca desenvolver negócios mais socialmente responsáveis, ecoeficiente e economicamente viável. (SEBRAE, 2020)

* 1. **Desenvolvimento Sustentável**

O conceito de Desenvolvimento Sustentável nasceu no início da década de 1970 num contexto de relação entre crescimento econômico e meio ambiente. Através de muitas definições, e diferentes interpretações foi definido no Relatório de Brundtland como a capacidade de satisfazer as necessidades atuais sem prejudicar a necessidades das futuras gerações. (ROMEIRO, 2003).

José Elida Veiga (2015) considera como maior desafio para o século XXI a descarbonização da economia planetária, e que para o fato ocorrer são necessárias iniciativas nacionais. O autor aponta iniciativas nacionais como as observadas em países como Inglaterra e Franças que já estabeleceram metas de diminuição de 18% da emissão de gases do efeito estufa até 2020. Para Veiga, o tema desenvolvimento sustentável é uma questão multidisciplinar, pois afeta vários campos de conhecimento das teorias econômicas até modelos comportamentais, passando por questões politicas, de educação e justiça.

Para que o desenvolvimento sustentável aconteça é necessário encontrar soluções triplamente vencedoras, que contemplem uma economia viável e ao mesmo tempo gerem impactos sociais positivos e ambientalmente corretos. ( SACHS, 1998).

Segundo Cavalcanti (2001) as políticas de desenvolvimento sustentáveis não tratam de ditar regras ou receitas prontas para se alcançar metas, mas discutir e pensar em princípios que levem em consideração cada realidade apresentada e sua relação de desenvolvimento considerando os impactos no meio ambiente.

2.2 Selo Verde

No Brasil os primeiros rótulos e etiquetas de advertências sobre os efeitos negativos de determinados produtos estavam atrelados a imposições legais quanto ao uso de pesticidas, fungicidas e raticidas e seus impactos a saúde e o meio ambiente tendo origem na década de 1940. (CORRÊA, 1998)

Correa (1998) adverte que as etiquetas de informações e advertências, e também os programas que conferem conformidades aos produtos e verificam o consumo de energia elétrica não podem ser confundidos com selos verdes. Para o autor os selos verdes, possuem critérios conferidos a partir da análise de ciclo de vida do produto, concedidos a empresas que se submetem a avaliações periódicas para auferir se os produtos por ela ofertados são amigáveis para o planeta e seus ecossistemas desde seu desenvolvimento até seu descarte.

Muitos autores tem se dedicado a estudos que mostram os selos verdes têm sido utilizados como estratégia para conquistar novos mercados e agregar valor a imagem da empresa afim de se diferenciar dentro da competividade do mercado.

(GUIMARÃES, 2015)

Andreoli (2017),indica que para que uma organização tenha realmente atitudes verdes essa deve ter respaldo prático e estar presente no produto, preço, distribuição e promoção dentro dos componentes de marketing. Para que não seja apenas uma venda de imagem irresponsável e mentirosa para os consumidores. (ANTUNES, 2015)..

2.3 Negócios Sustentáveis

Para Comini (2012) os negócios sustentáveis são dedicados a soluções de impactos sociais e ambientais não solucionadas através de políticas públicas.

Para Veiga (2010) a sustentabilidade é apresentada como um novo valor capaz de promover na sociedade uma nova maneira de pensar a economia através de um processo cíclico que se renova continuamente, buscando soluções criativas para a reutilização dos recursos já explorados, promovendo a exploração de áreas ou recursos do planeta (naturais ou não) de maneira a gerar impactos mínimos em busca do equilíbrio entre o meio ambiente e as comunidades humanas e todo ecossistema dependente para existir.

Bruno (2019) indica que nos últimos anos, acadêmicos e profissionais têm procurado uma definição para negócios sustentáveis, porém em torno do tema existem muitas questões em aberto. Para o autor na maior parte dos estudos sobre negócios sustentáveis três pontos são comuns nas discussões: Valor sustentável é baseado na entrega e captura de valor considerando valores econômicos, sociais e ambientais; Rede de valor é estabelecida pelas partes interessadas na ação empreendedora que se aliam para preservação da natureza para gerações futuras; Triple Bottom Line (TBL) – empresas que buscam seu desenvolvimento considerando medidas sociais e econômicas, além de financeiras.

1. Metodologia

O presente estudo é uma pesquisa qualitativa que são apontadas como particularmente uteis quando se busca entender o porquê do relacionamento entre as variáveis, e sua identificação, o que busca permitir um bom entendimento do como, por que, e como estão acontecendo os fatos. (EISENHARDT, 1989)

A pesquisa também é identificada como exploratória, pois se buscou conhecer o fenômeno e descobrir novas ideias. (CERVO & BERVIAN,1996)

O presente estudo foi possibilitado por meio de, uma pesquisa bibliográfica embasada em livros e artigos científico, e documental utilizando-se de dados secundários públicos disponíveis em sites e páginas oficiais. Para se conceituar as temáticas abordadas no estudo, foram realizadas o levantamento na plataforma *google* acadêmico que evidenciou 220 publicações abordando tema negócios sustentáveis e 1170 publicações sobre Selos Verdes. Para esse levantamento foi considerado o período das publicações de 2015 até 2019.

A amostra utilizada para construção do estudo esta disponível no site do Centro SEBRAE sustentável e folham escolhidos de maneira intencional, pois permitiu a representação de mercados diferentes. O método de pesquisa qualitativo permite descrever como algo se desenvolve, se modifica, com seus processos, causas e consequências. (FLICK, 2004)

1. Análise e Discussão

Para facilitar a visualização das amostras e apontar os dados que foram encontrados para composição da amostra foi elaborado o quadro 1. O quadro denominado Modelos Negócios Sustentáveis apresentam 10 empresas que são apresentadas como modelos de negócios sustentáveis de sucesso pelo site do Centro SEBRAE Sustentável, sendo estas escolhidas dentro de um total de 76 empresas com dados públicos disponíveis através da página do centro. A amostra foi reunida de forma intencional devido seus diferentes mercados de atuação. Através do quadro é possível identificar o nome da empresa, o ramo de atuação e se possui informação de certificação verde, considerando as publicações realizadas pelo Centro sobre as empresas, as informações constantes no site oficial das organizações, as publicações em redes sociais das empresas, ou a presença dos selos em rótulos ou embalagens tomando como referencia as publicações das empresas em suas redes sociais.

Quadro1: Modelo de Negócios Sustentáveis

|  |  |
| --- | --- |
| Empresa / Certificação | Ramo de atividade |
| 1. Cabocla Criação (MEI) Goiás /   Não possui certificação | Indústria: Moda artesanal (Trabalho com 20 detentas) |
| 1. TOP Designers – Cuiabá (MT) /   Não possui certificação | Serviços e cursos: (Reuso e reaproveitamento de materiais para produção de móveis e novas peças) |
| 1. Restaurante Recanto das Ervas – Campo Grande (MS) / Não possui | Serviços: Alimentação saudável orgânica |
| 1. Papel Semente – São Gonçalo (RJ)   Certificação B; Selo Verde (Instituto Chico Mendes); Capitalismo Consciente. | Indústria: produção de papeis reciclados com sementes orgânicas que podem ser plantadas. |
| 1. Morada da Floresta – São Paulo (SP)/ Não possui certificação | Indústria: Caixas de compostagem, fraldas e absorventes reutilizáveis. |
| 1. Alva Brasil Cosméticos Orgânicos – Joinville (SC)/   Crueltyfree; Ecocert e Vegan | Indústria: Importadora cosméticos orgânicos e Vegano fabricados na Alemanha |
| 1. Premialy Padaria e Lancheria – Coronel Fabriciano (MG) / Não possui certificações | Indústria: Panificação investe em ações sociais, culturais e ambientais |
| 1. Mel & Mel - Brasília (DF)/ Certificação de Orgânicos EcoCert | Agronegócios: Loja de produtos naturais e orgânicos |
| 1. Strike Produtos e serviços de Limpeza - Maceió (AL)/ Não identificado | Indústria: Produtos e Serviços de Limpeza biodegradáveis concentrados |
| 1. Vida BR Camisetas – Fortaleza (CE)/ Não identificado somente menção de fornecedores certificados | Indústria: De camisetas de garrafa pet reciclada e algodão orgânico |

**Fonte:** Elaborada pela autora com dados site Centro SEBRAE Sustentável

Os dados apresentados no quadro 1 demontram que das dez amostras analisadas somente 3 apontam a presença de certificações consideradas selos verdes.

A empresa de número 4 apresentada do quadro 1 denominada Papel Semente que atua na produção de papel reciclado com sementes orgânicas que podem ser plantados possui três certificações verdes: Empresa B, Selo Verde – Instituto Chico Mendes e Capitalismo consciente. Esses selos qualificam que o processo de produção da empresa esta alinhado as questões de mitigar os impactos ambienteis e que a empresa promove conscientização relacionados a reciclagem e a preservação da natureza e o consumo consciente

A empresa 6 presente no quadro 1 denominada Alva Brasil Cosméticos Orgânicos também possui 3 certificações diferentes: Crueltyfree que atesta que o produtos não é testado em animais; EcoCert que certifica que a produção da matéria prima dos produtos são orgânico, ou seja, livres de agrotóxicos e Vegan que os produtos não possuem nenhuma origem animal em sua composição.

A empresa 8 denominada Mel&Mel atua no ramo de agronegócios com loja de produtos naturais, seus produtos possuem certificação EcoCert que certifica sobre a origem da produção e uso de matérias primas livre de produtos nocivos a saúde.

As demais empresas apesar de não terem sido encontradas informações sobre certificação, os dados revelam suas contribuições na mitigação dos impactos no meio ambiente. Pode-se destacar: a empresa 2 que trabalha com reaproveitamento de madeira para criação de móveis; a empresa 5 que produz fraldas e absorventes reutilizáveis, seus usos reduzem o volume de fraldas e absorventes descartáveis destinados aos aterros; a empresa 9 que produz produtos de limpeza biodegradáveis; a empresa 10 que produz camisetas a partir de malhas de algodão orgânico e malha de garrafa pet reciclada..

A amostra também aponta a geração de impactos sociais positivos: a empresa 1 denominada Cabloca Criação promove inclusão social possibilitando que 20 detentas trabalhem como bordadeiras para marca de roupas e acessórios; A empresa 7 atua na promoção de ações ligadas ao fomento da cultura e conscientização ambiental na cidade onde esta localizada.

Considerando esta análise e os dados apresentados, a seguir é apontado a conclusão do estudo.

1. Conclusão

O objetivo deste estudo foi identificar a representatividade dos Selos Verdes

dentro de uma amostra limitada composta por 10 empresas consideradas pelo Centro SEBRAE Sustentabilidade como negócios sustentáveis. O estudo possibilitou identificar um gama de selos disponíveis no mercado cada qual com seus processos e objetivos para certificar. E possibilitou também apontar a atuação de empresas que não possuem certificação, mas que atuam em questões relativas a inclusão social, a substituição dos descartáveis por produtos reutilizáveis o que impacta diretamente no volume de lixo gerado. Esses achados apontam que alguns selos como EcoCert que certifica produtos orgânicos e que aparece em duas amostras na empresa de cosméticos e também na de produtos naturais se destacou como certificação mais representativa dentro da amostra analisada. O estudo ressalta que são necessários ampliar o número de empresas analisadas para que se tenha dados mais conclusivos, mas as informações encontradas pelo estudo contribuíram para ressaltar que mesmo as empresas não apresentando as certificações, ou seja, os selos verdes, os negócios sustentáveis que fizeram parte do estudo são reconhecidos pela atuação da empresa, ou por seus produtos na mitigação dos impactos no meio ambiente e promoção de impactos sociais positivos.

REFERÊNCIAS

ANDRIOLI, Thais Pasquito; LIMA, Valderson Amaro; PREARO, Leandro Campi. A (IN)eficácia dos selos verdes sobre o comportamento dos consumidores: um estudo experimental. IBEPES | Curitiba – PR, Brasil. RECADM, v. 16, n. 1, Jan-Abr/2017, p.62-79.

ANTUNES, D., Santos, A. J., & Hurtado, A. L. (2015). A comunicação da ACV: a necessidade de diretrizes para evitar o Greenwashing. Espacios, 36(5), p. sp.

BRASIL. *Lei n° 12.305*, de 02 de Agosto de 2010. Presidência da Republica Casa Civil. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Brasília, DF, 02 de agosto de 2010.

BRUNO, Lucrezia**. Digital platforms and sustainable business models: A study about food waste recovery**. São Paulo. Tese Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Fundação Getúlio Vargas.2019.p.17-21.

BRUSEKE, Franz Josef. O Problema do Desenvolvimento Sustentável. In: CAVALCANTI, Clóvis. Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas. São Paulo: Cortez Editora, p. 34, 2001.

CAVALCANTI, Clóvis. Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas. São Paulo: Cortez Editora, 2001.

CAVALCANTI, Clóvis; Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável. São Paulo: Cortez Editora, Fevereiro. 2003.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. *Metodologia Científica*. 4 ed. São Paulo: Makron Books. 1996

COMINI, Graziela; BARKI, Edgard; AGUIAR; Luciana Trindade, “A Three-pronged approach to social business: A Brazilian multi-case analysis”, R.ADM. São Paulo V.47, nº 3, p.385-397,2012.

CORREA, L. B. Comércio e Meio Ambiente: atuação diplomática brasileira em relação ao selo verde. Instituto Rio Branco, Centro de Estudos Estratégicos. Brasília: Coleção Curso de Altos Estudos do Instituto Rio Branco. 1998.

EISENHARDT, K.M. Building theories from case study research – academy of manegement. The academy of management review. V.14, n.4, aut. ABI/INFORM Global, p.532. 1989.

FLICK, V. *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. 2. Ed. Porto Alegre:Brookm.2004

GUIMARÃES, C., Viana, L. S., & Costa, P. H. Os Desafios da Consciência Ambiental: o marketing verde em questão. C@LEA - Cadernos de Aulas do LEA, spe(4) Dados. Porto Alegre: Bookman.pg. 94-104. 2015.

ROMEIRO, Ademar Ribeiro. Economia ou Economia Política da Sustentabilidade. IN: MAY, Peter H.; LUSTOSA, Maria Cecilia; VINHA, Valéria. Economia do Meio Ambiente: teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 1- 25, 2003.

SACHS, Ignacy. BURSZTYN, Marcel. Desenvolvimento Sustentável. Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. Brasília: 22 de agosto 1995.

SEBRAE. Sebrae Sustentável. Disponível em:.<http://sustentabilidade.sebrae.com.br/sites/Sustentabilidade/Para%E2%80%93sua%E2%80%93Empresa/Casos%E2%80%93de%E2%80%93sucesso> . Visitada em 02/05/2020.

SOUZA, V. S. F.; SAMPAIO, C. A. C. Em busca de uma racionalidade convergente ao ecodesenvolvimento: um estudo exploratório de projetos de turismo sustentável e de responsabilidade social empresarial. *Revista de Administração Pública*, 40(3),2006, pag. 411-425.

VEIGA, José Elida*. Sustentabilidade – A legitimação de um novo valor*. Editora Senac. São Paulo. 2010.

VEIGA, José Elida. *Desenvolvimento Sustentável – Para entender o Desenvolvimento Sustentável*. Editora 34. São Paulo. 2015