

# NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS QUE INSPIRAM



INTRODUÇÃO .....	3
O QUE, EFETIVAMENTE, SE PODE ENTENDER POR SUSTENTABILIDADE? .....	5
ENTÃO, QUAL É A IMPORTÂNCIA DE INVESTIR EM AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE? .....	8
ENTÃO, VALE MESMO A PENA SER UM NEGÓCIO SUSTENTÁVEL? .....	16
QUAIS SÃO OS NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS QUE INSPIRAM?.....	18
QUAIS SÃO AS AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE QUE PODEM SER ADOTADAS POR UMA EMPRESA? .....	26
CONCLUSÃO .....	32
SOBRE O SEBRAE PE.....	34



# INTRODUÇÃO

A sustentabilidade no contexto corporativo já é uma realidade e, atualmente, vai muito além de meramente atuar em prol da preservação do meio ambiente. Hoje em dia, lado a lado com o objetivo de cuidar do ecossistema, é imperativo que haja todo um trabalho de incentivo aos integrantes do quadro de pessoal da empresa, a fim de que eles façam o mesmo e ocorra a modificação do sistema de gestão adotado até então.

Afinal, você tem notado o quanto se tem falado cada vez mais acerca de consciência social e ambiental? Pois é! Justamente de olho nesse ganho de popularidade do tema — que, de fato, é de extrema relevância —, **as marcas que visam a se destacar no seu segmento de atuação, de forma geral, devem “surfear nessa onda” e implementar uma série de boas práticas que as tornem referências em medidas sustentáveis.**

O fato é que a mudança se faz necessária, e se essa modificação no “modus operandi” do negócio visa, na realidade, a uma vantagem competitiva maior ou não, a grande questão é que o resultado disso é altamente positivo para o meio ambiente. Pensando nisso — e na urgência de uma mudança de conduta por parte das empresas —, resolvemos elaborar este e-book aprofundando o assunto. Continue a leitura e informe-se!





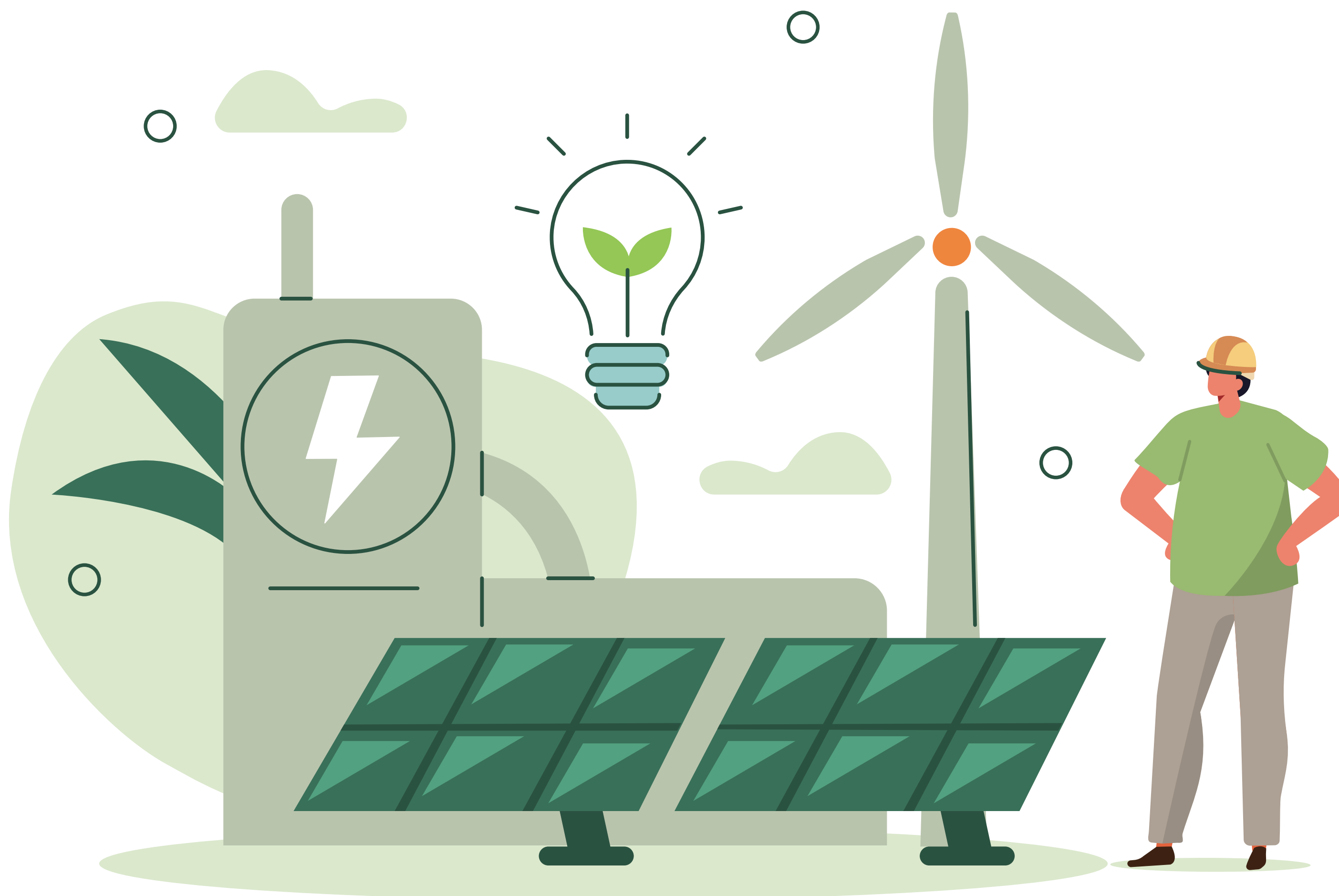
**O QUE,  
EFETIVAMENTE,  
SE PODE  
ENTENDER POR  
SUSTENTABILIDADE?**

Antes de ir mais a fundo, é indispensável compreender o conceito de sustentabilidade, que surgiu por volta da década de 1970 e, desde então, foi alcançando uma notoriedade cada vez mais significativa, especialmente diante do período de crise mundial que estamos atravessando no momento. Originário de sustentare, em latim, que remete a sustentar, cuidar, apoiar etc., o termo “nasceu” na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento.

De modo bastante simplificado, **é possível o associarmos à ideia de um consumo consciente dos recursos, ou seja, sem que as suas fontes sejam exauridas**. Logo, pode-se dizer que a sustentabilidade tem como premissa a utilização consciente dos recursos — especialmente em se tratando dos não renováveis — para o suprimento das demandas das gerações atuais, sem que a capacidade de uso desses mesmos recursos pelas futuras gerações seja comprometida.

Então, quando nos referimos ao desenvolvimento sustentável, na realidade, tratamos de uma tentativa de promoção de um balanço entre os desenvolvimentos político, social, intelectual e tecnológico e o emprego de recursos naturais com o intuito de se alcançar esse nível de evolução projetado, haja vista que todos os elementos do ecossistema são atingidos e, por conseguinte, atingem a ação humana.





## A SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

No contexto corporativo, a sustentabilidade empresarial está relacionada às práticas e ações executadas pelos negócios, com o fim de assegurar um desenvolvimento sustentável dentro do seu ambiente de trabalho e, é claro, da cadeia de produção.

No entanto, há vantagens em demonstrar essa preocupação, haja vista que as marcas socioambientalmente responsáveis alcançam relevância e destaque no mercado — o que representa um dos claros indicativos de reconhecimento e de sucesso.

Além disso, a sustentabilidade empresarial está diretamente ligada à evolução da própria companhia, representando um fator com um grande potencial para determinar o seu futuro.



**ENTÃO, QUAL É  
A IMPORTÂNCIA  
DE INVESTIR  
EM AÇÕES DE  
SUSTENTABILIDADE?**



Em primeiro lugar, é importante ressaltar que, nos dias de hoje, o público consumidor dá prioridade a organizações que não demonstram pensar somente no próprio desenvolvimento, mas que, da mesma maneira, implementam medidas que visem a elevar a qualidade de vida do seu quadro de pessoal. Nesse caso, naturalmente, **as vantagens acabam por se estender igualmente aos clientes e às demais pessoas envolvidas na produção de serviços e/ou mercadorias.**

Além disso, nos últimos tempos, é incontestável que governos e companhias privadas vêm tomando consciência de que são parte do globo — como um todo —, de modo que, conseqüentemente, têm dado preferência a práticas que transmitam o compromisso socioambiental que mantêm. A verdade é que, no contexto corporativo, o conceito de sustentabilidade abarca mais do que as questões ambientais.

*Um empreendimento sustentável não apenas busca ao máximo respeitar a preservação do ecossistema e incentiva o quadro de colaboradores a fazer o mesmo, mas também adota um sistema de gestão que alia três elementos-chave: a utilização consciente dos recursos naturais, o bem-estar dos funcionários e do público-alvo e, não menos importante, a lucratividade.*

Diante disso, não restam dúvidas acerca da necessidade de se desenvolver uma consciência tanto social quanto ambiental. Inclusive, acredite: os negócios que investem nisso, via de regra, colhem bons frutos posteriormente — dentro de um intervalo de tempo não muito longo. Então, no intuito de auxiliá-lo a “começar com o pé direito”, nesta seção, listamos os principais benefícios percebidos por uma marca que investe em sustentabilidade empresarial. Veja!



## PROMOÇÃO DE UMA PUBLICIDADE POSITIVA

Os consumidores, de modo geral, cada vez mais se revelam mais atentos e críticos em relação aos processos produtivos das companhias. Uma prova disso, inclusive, é a tamanha frequência com a qual nos deparamos com listas de corporações que não testam os seus produtos em animais e que, por exemplo, não estão envolvidas em polêmicas relativas a um trabalho análogo ao escravo.

Nesse sentido, as marcas que demonstram preocupação com práticas sustentáveis acabam por criar uma reputação mais positiva perante o mercado, até mesmo porque as pessoas, mais e mais, vêm levando em conta os impactos ambientais do próprio consumo. Com isso, elas mesmas estão passando a buscar companhias que ofereçam serviços e/ou produtos com uma pegada ambiental reduzida.

Ainda nesse contexto, os empreendimentos que mantêm projetos próprios, ou que estabelecem parcerias em prol da diminuição dos impactos negativos no ecossistema, também se destacam de maneira positiva.

## MAIOR ENGAJAMENTO DOS INTEGRANTES DO QUADRO DE PESSOAL

Não há como refletir acerca das vantagens da implementação de medidas sustentáveis em um negócio sem levar em consideração as “engrenagens” que o fazem funcionar: os profissionais que integram o seu quadro de pessoal.

É essencial que eles sintam que o trabalho que desempenham faz parte de algo maior. Ou seja, é importante que os funcionários tenham a percepção de que as suas atribuições do dia a dia estão ligadas — de forma direta e/ou indireta — a transformações profundas que geram reflexos em toda a sociedade.

Dessa maneira, há uma tendência de que o engajamento dos colaboradores aumente (e muito!). Afinal, quando sente orgulho daquilo que faz, o profissional também passa a se sentir bem mais motivado ao ir trabalhar.

Nesse sentido, embora o cliente final seja extremamente importante, o incentivo ao público interno é tão essencial quanto o estímulo ao externo. Logo, não negligencie a relevância de promover ações que objetivem a melhora da atmosfera organizacional, bem como a construção — e, é claro, a manutenção — de relações saudáveis estabelecidas entre os times da organização.

## MAIOR ECONOMIA A LONGO PRAZO

Uma grande parte dos empreendedores ainda acredita — equivocadamente — que ser sustentável implica maiores gastos. No entanto, é imperativo destacar que essa não é a realidade.

Na verdade, a implementação de medidas sustentáveis economiza recursos, melhora os custos da produção e, naturalmente, gera um desperdício menor de matérias-primas. É claro que, em um primeiro momento, é possível, por exemplo, que a aquisição de copos duráveis não seja tão em conta se comparada com a compra de descartáveis sob a perspectiva do curto prazo.

Entretanto, ao longo do tempo, é possível perceber que há uma inversão dos números, inclusive, porque as ações sustentáveis adotadas por uma marca fazem com que a cultura organizacional passe por uma transformação. Isso, por sua vez, contribui para que os profissionais sejam motivados a desperdiçar menos.

No entanto, além dessa economia óbvia, há que se falar sobre os incentivos fiscais. Nesse caso, o fato é que governos que estejam comprometidos com o desenvolvimento sustentável podem oferecer auxílio a empresas que optem por seguir o mesmo caminho por meio de incentivos fiscais e pela diminuição da carga tributária. Assim, o “conjunto da obra” assegura, ao final, a tão desejada sustentabilidade financeira.



## RETORNO GERADO PARA A SOCIEDADE

Você já parou para pensar que um enorme impacto positivo proveniente da adoção de medidas socioambientais é o retorno da qualidade de vida para a coletividade, por exemplo, com a melhora da qualidade da água e do ar? Pois é!

*Desde sempre, a existência da sociedade condiciona-se à boa manutenção do meio no qual ela se insere. Em outros termos, a preservação do ecossistema, conseqüentemente, gera reflexos na conversação de um sem-número de espécies — incluindo, é claro, a humana. Ademais, a própria qualidade de vida da qual desfrutamos, como dito, é diretamente dependente das condições do ambiente no qual vivemos.*

Como é sabido, **as companhias têm um papel de extremo destaque nesse processo, haja vista que, por meio de projetos apropriados, se torna viável que haja um investimento em métodos produtivos menos — ou nada — poluentes.** Inclusive, ainda nesse contexto, há que se considerar também a demanda de energia, que é bastante alta entre as companhias de grande porte.

Afinal, como será que esse extenso volume energético tem sido gerado? Nesse sentido, um case que representa um exemplo de inovação é o da distribuidora CPFL, que se localiza em São Paulo, Campinas. A preocupação que a empresa tem no que tange à geração de energia a partir de fontes renováveis não está restrita a usinas eólicas.

Na verdade, além do uso de PCH, que são centrais hidrelétricas de impacto ambiental reduzido, a CPFL mostra que é possível a produção energética de modo renovável a partir de usinas termelétricas. A viabilidade disso reside na utilização da biomassa da cana-de-açúcar.



## OBTENÇÃO DE UMA VANTAGEM COMPETITIVA MAIOR

Como dito, a preocupação do público consumidor em relação ao ecossistema que o cerca é crescente. Logo, entre outras coisas, isso evidencia que as pessoas passaram a ver com maus olhos as companhias que desprezam ações sustentáveis nas suas operações cotidianas.

No momento atual, então, clientes e consumidores em potencial podem atuar tanto como aliados quanto como “inimigos” das organizações. **As marcas que, por sua vez, percebem com mais rapidez esse movimento ganham vantagem ao divulgarem o seu comprometimento em relação a boas práticas voltadas à construção de um mundo melhor.**

Logo, não restam dúvidas: o investimento em prol da sustentabilidade empresarial não somente reforça a boa imagem de um empreendimento e funciona como uma publicidade positiva, como já dito, mas também eleva a sua competitividade no segmento de atuação.

## CONQUISTA DE NOVOS MERCADOS

O aprimoramento sensível da imagem da marca diante do público traz outra vantagem de igual peso: o olhar de interesse de investidores em potencial. Isso quer dizer que a companhia se torna — diante do mercado — uma possível parceira corporativa, o que implica maiores chances de expansão. Esse efeito é natural, pois os investidores têm consciência de que os modelos empresariais que são pautados no consumo sustentável e no desenvolvimento que não negligencia a conservação do ecossistema são extremamente promissores.





**ENTÃO, VALE  
MESMO A PENA  
SER UM NEGÓCIO  
SUSTENTÁVEL?**



Diante das vantagens listadas, não há dúvidas de que sim — vale a pena. Obviamente, uma organização que procura fazer uso da menor quantidade possível de recursos para a produção da maior quantidade viável de serviços e/ou mercadorias, em médio prazo, alcança melhores níveis de rentabilidade e um lucro mais expressivo.

Afinal, o uso de recursos atrelado a um consumo sustentável estimula uma melhoria significativa da cadeia de produção e, por conseguinte, diminui o consumo desnecessário de matéria-prima. Dessa forma, **desperdícios e despesas são reduzidos em prol de uma rentabilidade maior.**





**QUAIS SÃO  
OS NEGÓCIOS  
SUSTENTÁVEIS  
QUE INSPIRAM?**

Atualmente, diversas companhias vêm se conscientizando, como dito, acerca da relevância da sustentabilidade empresarial, de modo que, nos últimos anos, várias corporações fizeram um progresso significativo em termos de sustentabilidade. A realidade é que é inegável que as ações organizacionais — especialmente em se tratando de indústrias — já geraram grandes prejuízos, sendo alguns deles irreversíveis.

Justamente em razão disso, é tão relevante dar destaque às marcas sustentáveis, que buscam tornar o seu desenvolvimento equilibrado a fim de gerar mínimos impactos negativos ao ambiente local e global. No entanto, antes de seguirmos para os cases que servem de inspiração nesse sentido, o que se pode entender, de fato, como “negócios sustentáveis”?

Bem, **os empreendimentos sustentáveis, em regra, podem efetuar uma série de práticas para que esse “título” seja dado, tanto relativas aos seus próprios serviços e/ou produtos quanto relacionadas ao descarte de resíduos, à logística e ao aproveitamento de matérias-primas.** Nesse sentido, em suma, é possível defini-los como organizações que aliam o seu desenvolvimento com o respeito ao ecossistema e à sociedade de um modo geral.

A partir dessa compreensão, pode-se dizer que o seu foco reside no que se conhece por “tripé da sustentabilidade”, que se constitui de boas ações em termos sociais, ambientais e econômicos. Tendo isso em mente, a marca tem a oportunidade de contribuir diretamente para um mundo melhor, mas sem deixar a sua lucratividade de lado.



## A RELEVÂNCIA DAS MARCAS SUSTENTÁVEIS

Quando olhamos para um passado não muito distante, conseguimos notar o quanto a produção irresponsável gerou diversos problemas não apenas ambientais, mas também para as pessoas que tinham alguma ligação com a empresa — ainda que de maneira indireta, como os residentes em localidades próximas. Doenças, poluição, mercadorias de má qualidade e empobrecimento são apenas alguns exemplos que podemos citar.

Nesse contexto, diante das devastadoras consequências da pouca — ou nenhuma — consciência de séculos de desenvolvimento, a sustentabilidade passou a representar um grande desafio para as organizações. Em razão disso, não somente as marcas devem dar a devida importância a novas metodologias produtivas, mas também os consumidores precisam fazê-lo. Afinal, não raramente, as alterações implementadas dentro das empresas ocorrem pela pressão vinda do seu público-alvo.

## OS CASES DE SUCESSO INSPIRADORES

A seguir, vamos elencar alguns dos principais exemplos de negócios que promovem ações que conciliam com perfeição as boas práticas sustentáveis em âmbitos distintos com o seu desenvolvimento. Confira!

### SHOPPING RIO MAR RECIFE

Para a transformação do planeta em um local mais saudável para toda a coletividade, abarcando todas as formas de vida — das baleias do oceano até a grama dos jardins —, é imperativo agir no presente pensando no futuro. Por essa razão, o Shopping Rio Mar Recife adotou uma série de premissas de cunho socioambiental relativas a uma gestão responsável dos recursos naturais.

Inclusive, essa relação estabelecida com o meio ambiente à sua volta foi concebida desde o momento em que o empreendimento ainda era uma ideia no papel. Contudo, **essa tamanha cautela foi responsável por transformá-lo no primeiro centro de compras na América Latina que recebeu a certificação de Alta Qualidade Ambiental (AQUA) de Construção Sustentável, com reconhecimento internacional.**

Além disso, o Rio Mar oportuniza que os seus visitantes conheçam toda a sua estrutura interna, presenciando na prática os princípios de sustentabilidade adotados.

### NATURA

Extremamente popular pelos produtos de beleza comercializados, a Natura é também um case de sucesso de âmbito nacional quando o assunto envolve sustentabilidade empresarial. O seu foco primordial reside na preocupação socioambiental, abrangendo, inclusive, a utilização sustentável de matérias-primas naturais para a produção dos seus cosméticos, também combatendo o desmatamento das florestas.

Ademais, a marca é parte do movimento B-Corp — um conglomerado de companhias que visam a unir os benefícios socioambientais aos lucros. Como um plus, ainda se pode ressaltar especificamente a linha “Ekos”, que tem o selo *Union for Ethical Biotrade* (UEBT), que assegura o uso de ingredientes sustentáveis na sua fabricação.



### AMBEV

Uma das principais produtoras de bebidas nacional, a Ambev assegura que, até 2023, 1/3 dos caminhões responsáveis pela distribuição dos seus produtos serão elétricos, o que corresponde a 1.600 veículos dos 4.800 que já estão em circulação. Ou seja, isso significa que, por serem elétricos, os caminhões não usarão o diesel como combustível e, portanto, não emitirão partículas poluentes no ecossistema e/ou gases de efeito estufa. **Isso, por sua vez, auxiliará na preservação do meio ambiente como um todo.**

### LOJAS RENNER

A Lojas Renner, uma rede de lojas de departamento nacional, também faz parte do rol de marcas sustentáveis que servem de inspiração. No ano de 2018, por exemplo, houve o lançamento de uma coleção de peças fabricadas a partir de fios reutilizados de sobras de tecidos, o que reduziu em 44% o consumo de água.

Já no ano de 2019, o monitoramento do consumo foi realizado de modo ainda mais rigoroso, no intuito de diminuí-lo ainda mais. No entanto, as boas práticas não cessam aí, já que a rede inova continuamente nas ações de gestão do consumo da água, a exemplo da instalação de cisternas, que geraram uma diminuição de cerca de 55%. Em razão disso, mais de 100 lojas — de um total de, aproximadamente, 528 — já operam com a adoção de práticas sustentáveis.



### INTEL

Líder no segmento de telecomunicações, a Intel conta com um gerenciamento empresarial que é voltado a práticas sustentáveis. Nesse sentido, entre as medidas adotadas pela companhia, está a redução da sua pegada ambiental.

Entretanto, os objetivos não param por aí, já que a Intel também traçou metas para o futuro, a exemplo de eliminar por completo a emissão de dióxido de carbono até o ano de 2030. Ademais, a companhia espera zerar o envio de seus resíduos para os aterros e também passar a usar 100% fontes de energia renováveis.

### L'ORÉAL

A multinacional francesa — que também opera no Brasil — é mais um exemplo de case de sucesso em termos de sustentabilidade. A companhia criou um centro para a extração de polpa de cupuaçu, que é uma fonte de renda bastante importante para as famílias residentes na região. Além disso, foi instituído o programa “Fornecimento Solidário”. Nessa ação, mais de 180 famílias recebem auxílio por meio de capacitação profissional e da instalação de equipamentos.

Dessa forma, a L'Oréal vem atuando para que nenhuma de suas produções provoque um impacto negativo ao ecossistema. Nesse sentido, por exemplo, a marca já faz uso de 98% de óleo de soja sustentável, que é proveniente de localidades em que não há risco de desmatamento.



### SAMSUNG

Amplamente conhecida pelo uso massivo de tecnologia nos seus produtos e pelos seus smartphones, principalmente, a marca Samsung é uma fabricante que objetiva promover impactos sobre os seus fornecedores, os seus funcionários e os seus clientes e visa a instituir valores de cunho social. Na companhia, a gestão tem o propósito, na verdade, de criar valores integrados, ou seja, que não apenas são voltados à maximização dos lucros, mas que também se propõem a entregar serviços e produtos inovadores.

**Isso, naturalmente, produz retornos nas mais variadas esferas — como a ambiental, a social e a econômica.** Entretanto, a empresa monitora de perto tanto os impactos financeiros quanto os não financeiros que são exercidos sobre a coletividade em todo o processo, a fim de minimizar os aspectos negativos e maximizar os positivos.

O slogan da Samsung — “Planet first” — incorpora as suas ações e a sua determinação em prol da proteção da Terra e do ecossistema. Inclusive, a Samsung Electronic inseriu a base da gestão ecológica como uma filosofia, no ano de 1992, na Declaração Ambiental da Samsung, e, desde então, a marca foi muito além da conformidade com as normas ambientais.

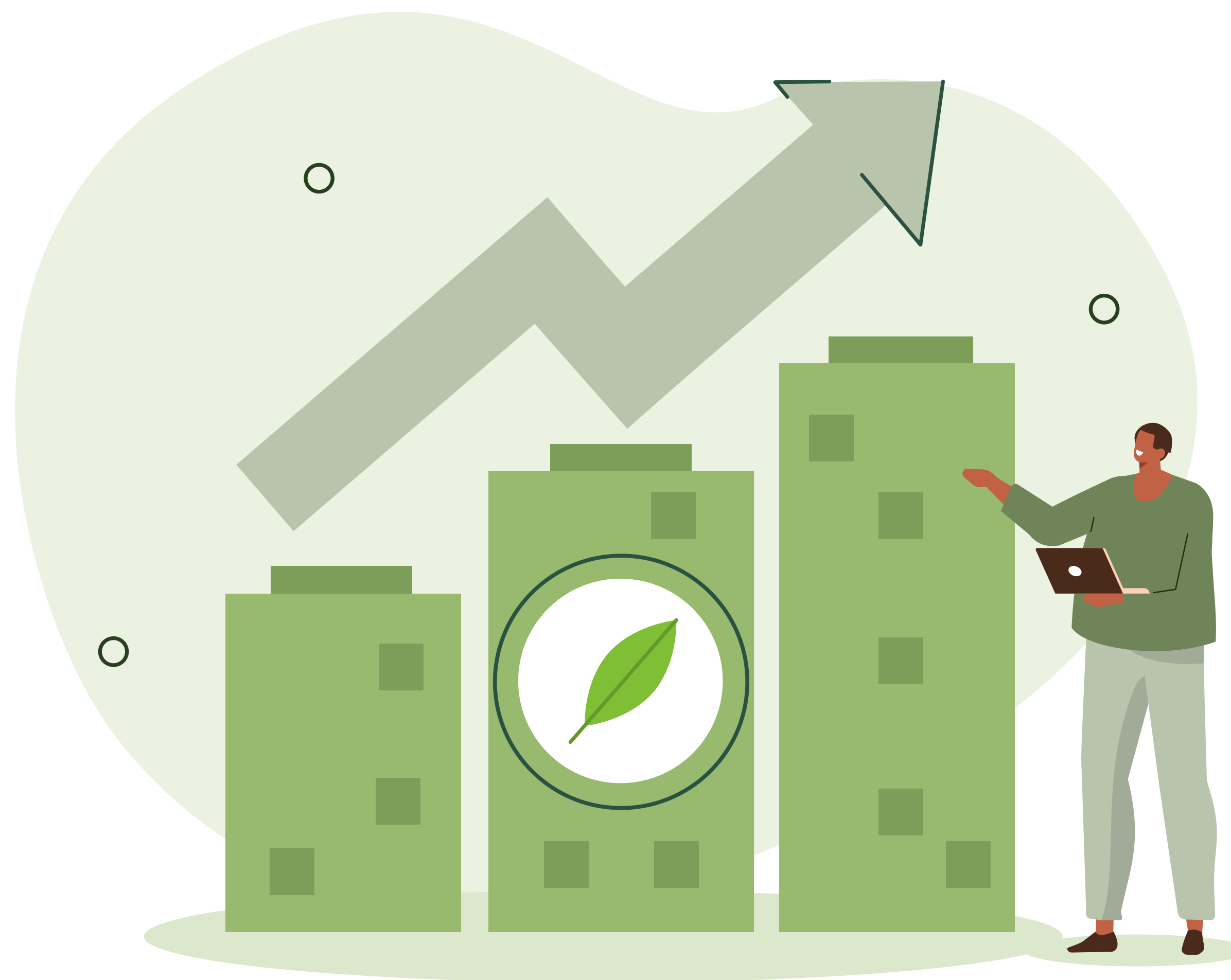
*A gestão ecológica, de fato, foi colocada em ação, e soluções ecologicamente corretas foram oferecidas ao público, liderando uma jornada rumo a um futuro sustentável.*



**QUAIS SÃO  
AS AÇÕES DE  
SUSTENTABILIDADE  
QUE PODEM SER  
ADOTADAS POR  
UMA EMPRESA?**

Diante de todo o exposto, já foi possível compreender que, mais do que nunca, ter um negócio sustentável é de uma importância indiscutível. No entanto, fato é que nem sempre as ações a serem implementadas nesse sentido ficam evidentes.

A realidade é que, na prática, para se tornar um negócio sustentável, uma marca precisa de mais atuação e menos discursos. Naturalmente, a sustentabilidade passa, sim, por concepções de preservação ambiental, mas ela pode — e deve — ser bem mais do que isso. Pensando em auxiliá-lo nessa missão, elencamos, nesta seção, algumas das principais táticas a serem implementadas se você deseja tornar o seu negócio verdadeiramente sustentável. Confira!



## INVISTA EM TREINAMENTOS

Os treinamentos e as capacitações são essenciais para um desenvolvimento consistente e contínuo do quadro de pessoal de qualquer empresa. Assim, a implementação de medidas sustentáveis também deve abranger a promoção de workshops, palestras e outros cursos custeados pela própria companhia. Afinal, se os empreendedores desejam que os seus colaboradores sejam genuinamente dedicados a essa causa, eles precisam receber as orientações necessárias a respeito do tema — e, principalmente, de sua relevância.

Nesse contexto, inclusive, é interessante ressaltar que talvez um dos exemplos mais marcantes venha do HSBC, que, com uma atuação de âmbito internacional, se diferencia das demais pela aplicação de um treinamento que é direcionado à formação sustentável e ambiental dos seus profissionais. Com isso, quem participa do programa torna-se um representante da marca nas ações de responsabilidade ambiental promovidas voluntariamente.

## ESTABELEÇA PROCESSOS COM TRANSPARÊNCIA

Uma das maiores preocupações de marcas sustentáveis diz respeito aos impactos sociais que as suas atividades provocam. Por essa razão, **é indispensável que essas empresas tornem os seus processos tão transparentes quanto possível para o público.**

Isso significa que o negócio exibirá aos envolvidos os resultados das suas ações e de que forma elas são executadas e monitoradas. Afinal, quando as pessoas, de modo geral, têm consciência do que acontece dentro de uma corporação, elas passam a ter mais confiança e empatia quanto à missão e aos valores corporativos.

Inclusive, a adoção dessa medida tem o potencial de elevar consideravelmente os índices de fidelização de clientes em longo prazo. Um bom exemplo de transparência são os relatórios que muitas marcas emitem e disponibilizam para o público acerca de diversos pontos relevantes, como o gerenciamento de resíduos feito.

## TENHA PARCEIROS IGUALMENTE SUSTENTÁVEIS

Em uma organização, toda a cadeia produtiva — desde a aquisição dos insumos necessários até o modo como a mercadoria final é distribuída aos clientes, de ponta a ponta — deve ser levada em conta para defini-la como sustentável ou não. Justamente por isso, é imperativo que você, empreendedor, tenha a preocupação de procurar formar parcerias com fornecedores que tenham práticas sustentáveis alinhadas às da sua companhia.



## AVALIE A INFRAESTRUTURA DO SEU NEGÓCIO

Uma ação que não pode faltar nesta lista é a avaliação acurada da infraestrutura do seu empreendimento no intuito de verificar se existem desperdícios na empresa atualmente. Nesse caso, analise, por exemplo, se há vazamentos de água, defeitos nos sistemas de ar-condicionado e instalações elétricas malfeitas.

Ademais, nesse estágio, é possível aproveitar o momento para adotar algumas condutas bastante simples, mas que têm o potencial de fazer uma grande diferença, como:

- » pintar as paredes de cores claras, como o branco, para que a luz seja mais bem refletida;
- » fazer a substituição de lâmpadas fluorescentes por modelos de LED;
- » instalar sensores de presença em áreas em que a circulação de pessoas é reduzida;
- » investir na manutenção preventiva de equipamentos ou, se necessário, na sua substituição.





## RESPEITE AS NORMAS AMBIENTAIS EM GERAL

As marcas que estão genuinamente dispostas a proteger o meio ambiente costumam ter um olhar especialmente cauteloso voltado à realidade local. Afinal, como se sabe, a sustentabilidade depende do emprego de esforços de todas as pessoas de todos os cantos do planeta.

Nesse sentido, para se certificar de que faz, no mínimo, a sua parte, antes mesmo de implementar qualquer outra medida, **é indispensável que o empreendimento tenha a certeza de que está atuando em conformidade com as normas ambientais da região onde está localizado.**



**CONCLUSÃO**



Como você pôde ver, os cases de marcas sustentáveis que elencamos neste e-book mostram que é verdadeiramente possível implementar boas práticas socioambientais e, ainda assim, permanecer gerando lucros. Portanto, agora que você não somente conhece a trajetória de companhias bem-sucedidas e preocupadas com os eventuais impactos negativos da sua atuação sobre o meio ambiente, mas também algumas dicas-chave para tornar o seu negócio sustentável, **coloque-as imediatamente em ação e comece a fazer também a sua parte para um mundo melhor — tanto para a geração atual quanto para as futuras.**





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de **fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios**, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.