INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MATO GROSSO

CAMPUS CUIABÁ - BELA VISTA

DEPARTAMENTO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

COORDENAÇÃO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

LEANDRO SILVA GONÇALVES

ECONOMIA COLABORATIVA E SUA RELAÇÃO COM A SUSTENTABILIDADE – UM ESTUDO DE CASO EM CUIABÁ/MT

Cuiabá – MT
2019

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MATO GROSSO
CAMPUS CUIABÁ - BELA VISTA
DEPARTAMENTO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO
COORDENAÇÃO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU, EM NÍVEL DE ESPECIALIZAÇÃO, EM INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO PARA NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS

LEANDRO SILVA GONÇALVES

ECONOMIA COLABORATIVA E SUA RELAÇÃO COM A SUSTENTABILIDADE – UM ESTUDO DE CASO EM CUIABÁ/MT

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, em Nível de Especialização, em Inovação e Empreendedorismo para Negócios Sustentáveis do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso, Campus Cuiabá - Bela Vista.

Orientador: Prof. Me. Marcelo E. L. da Costa

Cuiabá – MT
2019

Divisão de Serviços Técnicos. Catalogação da Publicação na Fonte. IFMT Campus Cuiabá Bela Vista
Biblioteca Francisco de Aquino Bezerra

G635e

Gonçalves, Leandro Silva
Economia colaborativa e sua relação com a sustentabilidade. / Leandro Silva Gonçalves. _Cuiabá, 2019.
30f.

Orientador: Prof. Me. Marcelo Ednan L. da Costa

TCC (Especialização em Inovação e Empreendedorismo para Negócios Sustentáveis) _. Programa de Pós-graduação. Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Mato Grosso.

1. Economia colaborativa – TCC. 2. Economia compartilhada – TCC. 3. Sustentabilidade - TCC. I. Costa, Marcelo Ednan L. da. II. Título.

IFMT CAMPUS CUIABÁ BELA VISTA CDU 330.873
CDD 363.7

FOLHA DE APROVAÇÃO

LEANDRO SILVA GONÇALVES

ECONOMIA COLABORATIVA E SUA RELAÇÃO COM A SUSTENTABILIDADE – UM ESTUDO DE CASO EM CUIABÁ/MT

Trabalho de Conclusão de Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, em Nível de Especialização, em Inovação e Empreendedorismo para Negócios Sustentáveis, submetido à Banca Examinadora composta pelos Professores convidados e do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Mato Grosso como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Especialista.

Aprovado em 22 de novembro de 2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Marcelo Ednan Lopes da Costa
Professor Orientador – IFMT

Prof. Dr. Alencar Garcia Bacarji
Professor Convidado - IFMT

Prof. Dr. Jorge Luiz da Silva
Professor Convidado – IFMT

Cuiabá – MT
2019

DEDICATÓRIA

Aos que compartilham.

AGRADECIMENTOS

Foi desafiador e gratificante concluir essa minha segunda pós-graduação. Contudo, reconheço que este mérito não é somente meu. Eu jamais conseguiria chegar até aqui sozinho! A minha gratidão se estende principalmente a minha mãe e aos meus colegas de trabalho de classe.

Aproveito este espaço para agradecer também a empresa pesquisada pela disponibilidade em participar da elaboração deste artigo.

Agradeço também ao meu estimado orientador pela atenção, compreensão e pelo aprendizado.

RESUMO

Pessoas e negócios pensam cada vez mais em sustentabilidade, em novas formas de produzir e reaproveitar produtos e serviços ociosos. Nesse contexto, emerge o conceito de ‘economia colaborativa’ ou ‘economia compartilhada’, como uma forma recente de negócios que aproveita as tendências e mudanças tecnológicas. Este é um estudo de caso cujo objetivo é entender e analisar de que forma um negócio de economia colaborativa, localizado na cidade de Cuiabá/MT se relaciona com o desenvolvimento sustentável. A metodologia para coleta de dados foram questionários aplicados com o proprietário da organização pesquisada. Com base nos dados coletados foi elaborada um Canvas Modelo de Negócios elencando a forma de atuação da empresa, e mapeado o desempenho da empresa no que se refere as práticas sustentáveis. De acordo com o resultado da pesquisa, a empresa atua como um negócio de Economia Colaborativa e suas práticas contribuem para a sustentabilidade, no entanto algumas dimensões, como o âmbito social, podem ser melhoradas.

Palavras-chave: Economia Colaborativa; Economia Compartilhada; Sustentabilidade; Desenvolvimento Sustentável; Modelo de Negócio.

ABSTRACT

People and businesses are increasingly thinking about sustainability, new ways of producing and reusing idle products and services. In this context, the concept of collaborative economy or shared economy emerges (BOTSMAN; ROGERS, 2009), as a recent form of business that takes advantage of technological trends and changes. This is a case study whose objective is to understand and analyze how a collaborative economy business, located in Cuiabá / MT, relates to sustainable development. The methodology for data collection was questioned using the owner of the researched organization. Based on the collected data, a Canvas Business Model was elaborated that initiates a form of company performance, and mapped or company performance that does not refer to sustainable practices. According to the research result, a company acts as a Collaborative Economy business and its practices contribute to sustainability, however, some dimensions, such as social, may be better, considering the research data.

Keywords: Collaborative Economics; Shared economy; Sustainability; Sustainable development; Business model

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....10
2. MATERIAIS E MÉTODOS.....12
2.1. Caracterização da área de estudo.....12
2.2. Método.....12
3. RESULTADOS.....14
3.1 Análise do modelo de negócio.....14
3.2 Interação com o empresário.....16
4. DISCUSSÃO.....18
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....21
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....23
7. APÊNDICE.....25

INSTITUTO FEDERAL
Mato Grosso
Campus Cuiabá
Bela Vista

CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU, EM NÍVEL DE ESPECIALIZAÇÃO, EM INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO PARA NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS

ECONOMIA COLABORATIVA E SUA RELAÇÃO COM A SUSTENTABILIDADE – UM ESTUDO DE CASO EM CUIABÁ/MT

GONÇALVES, Leandro Silva
COSTA, Marcelo Ednan Lopes da

1. INTRODUÇÃO

Pessoas e negócios pensam cada vez mais em sustentabilidade, em novas formas de produzir e reaproveitar produtos e serviços ociosos. O compartilhamento desses recursos é o que chamamos de economia colaborativa. Muitos estudos apontam para a escassez de recursos naturais, os problemas climáticos e das grandes quantidades de lixos que são produzidos decorrentes do hiperconsumo. As dificuldades econômicas têm estimulado motivações para uma transformação de atitudes e valores, pois as pessoas têm deixado de dar importância à propriedade, ou seja, ter posse de 'coisas', para encontrar o real valor no uso dos recursos de bens e serviços (SEBRAE, 2017).

Nesse contexto, emerge o conceito de 'economia colaborativa' ou 'economia compartilhada' (BOTSMAN; ROGERS, 2009), como uma forma recente de negócios que aproveita as tendências e mudanças tecnológicas. Temos empresa como *Uber e Airbnb* que surgiram neste cenário, que conquistaram e continuam a conquistar um crescente número de clientes em toda parte do mundo. A revista Forbes Brasil realizou, em julho de 2016, uma entrevista com o diretor geral da *Uber* no Brasil, Guilherme Telles, onde ele cita alguns benefícios que a empresa proporciona como a geração de empregos, a melhoria na mobilidade urbana, a contribuição com meio ambiente na redução de carros e poluição, como também contribui para que o

consumidor tenha uma boa experiência por um preço acessível. Com o *Airbnb*, além da otimização de recursos ociosos, os hóspedes muitas vezes preferem a experiência de ficar em uma casa ou em um bairro, do que em um hotel onde seu nome é apenas o número do quarto (EXAME, 2016).

E se tratando de desenvolvimento, conforme destaca Lima (2003), muito se discute sobre a sustentabilidade, de escassez de recursos naturais, da necessidade de se pensar em novas formas de produzir e consumir e ações que contribuam para um desenvolvimento sustentável. E de acordo com o Relatório *Brundtland*, desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades das pessoas garantindo que as gerações futuras possam usufruir dos mesmos recursos para as suas próprias necessidades (CMMAD, 1998).

Uma premissa em favor da Economia Colaborativa é a sua possível contribuição para esse desenvolvimento. Como o consumo colaborativo se difere do modelo convencional de acesso aos bens e serviços, os participantes deste modelo de consumo têm maneiras alternativas de se relacionar e adquirir produtos e serviços (MENEZES, 2016).

A economia colaborativa foi classificada pela revista Times em 2011 como uma das 10 ideias que irão transformar o mundo nos próximos anos. Outro dado relevante foi evidenciado na América Latina e no Caribe, onde uma pesquisa elaborada pela escola de negócios *IE Business School* em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e o Ministério da Economia e Competitividade Espanhol, investigou as iniciativas compartilhadas existentes. Com 32% do total dessa região, o Brasil surpreendeu, sendo apresentado como o país com o maior número iniciativas desse modelo, seguido pelo México, Argentina e Peru (SEBRAE, 2017).

A economia compartilhada sugere usar os produtos de uma maneira mais otimizada, com menor impacto ambiental, ou seja, ao invés de descartamos um produto que não utilizamos mais, por que não compartilhar? Seja de forma monetizada ou não, pessoas podem necessitar desses mesmos produtos que não, necessariamente, precisaria ser produzido, utilizando novos recursos (naturais), mas sim, esse mesmo produto poderia atender uma necessidade existente. Negócios que consigam entender e aproveitar essa tendência podem se dar muito bem, repetindo o sucesso de empresas como *Airbnb* e *Uber* (EXAME, 2016).

Diante desse contexto, faz-se necessário entender e analisar de que forma um negócio de economia colaborativa, localizado na cidade de Cuiabá/MT se relaciona com a sustentabilidade. Especificamente pretende-se identificar o modelo de negócio da organização e suas características, analisar suas práticas sustentáveis e correlacionar suas práticas com os aspectos da sustentabilidade.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

2.1. Caracterização da área de estudo

A empresa em estudo atua no setor alimentício, onde a mesma se define como uma *cozinha compartilhada,* pois disponibiliza espaço físico e equipamentos para que profissionais iniciantes e renomados possam realizar seus pratos e comercializá-los no local. A empresa também conta com um espaço físico para realização de cursos, palestras, workshops e cerimônias. Está localizada no centro da capital mato-grossense, sendo seu público-alvo as classes A e B (renda familiar R$ R$ 9.370,01 a 18.740,01 ou mais), conforme classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A empresa inaugurou seus serviços em Cuiabá em 2018.

2.2. Método

O método de pesquisa realizada neste estudo é de natureza exploratória, com conotação qualitativa, sendo que, o método utilizado será o estudo de caso. Os estudos de casos são utilizados nas ciências sociais e podem ser caracterizados por permitir o aprofundamento da coleta de dados de forma exaustiva, favorecendo a especificidade do conhecimento do objeto pesquisa (GIL, 2002).

Esse método pode ser considerado o mais completo dentre todos os outros, pois, este se vale tanto de dados de pessoas quanto de dados documentais. O viés exploratório justifica-se exatamente por este tipo de pesquisa, na maioria das vezes envolve ações como levantamento bibliográfico, entrevistas para coleta de dados e análise (GIL, 2002).

Vale ressaltar, que as pesquisas desenvolvidas através de estudos de casos são extremamente eficazes quando se quer desenvolvê-las envolvendo situações

que merecem uma atenção maior e mais aprofundada, em que o pesquisador tem que imergir na pesquisa para entender como funciona o objeto investigado.

O estudo foi realizado no dia 15 de Junho de 2019. Pretendeu-se investigar através do respondente quais as práticas e ações sustentáveis da empresa, bem como seu modelo de negócio. Para isso, foi aplicado questionário com o Empresário responsável pela empresa em estudo.

Para esse fim, primeiramente, fez-se necessário identificar e selecionar uma iniciativa de Economia Colaborativa existente em Cuiabá. A empresa foi escolhida por, atualmente, ser o primeiro restaurante compartilhado da capital mato-grossense, com práticas de compartilhamento de espaços e ferramentas, bem como gerar oportunidades para profissionais iniciantes e renomados, cujas práticas possuem aspectos que de alguma forma se relaciona com as definições de desenvolvimento sustentável. A partir da análise das características do modelo de negócio e das práticas da iniciativa selecionada, objeto deste estudo, pode-se, portanto, aprimorá-lo, o que permite ao gestor alinhar seus objetivos aos objetivos do desenvolvimento sustentável.

Na primeira etapa da pesquisa foi realizado um levantamento bibliográfico acerca dos conceitos e características de economia colaborativa, como também, as definições e premissas de desenvolvimento sustentável. Já na segunda etapa da pesquisa, foi aplicado o questionário construído com base nos Indicadores Ethos, abordando as dimensões ambientais, econômica e social, ao proprietário da empresa (o questionário encontra-se no Apêndice).

A elaboração de um questionário consiste basicamente em traduzir os objetivos específicos da pesquisa em itens bem redigidos (GIL, 2002). Logo, pretende-se por meio de questionários a coleta das informações sobre o modelo de negócio da empresa para entendimento e analisar suas principais características. A ferramenta é composta por um questionário que permite o autodiagnostico da gestão da empresa que possibilita a obtenção de relatórios, por meio dos quais é possível fazer o planejamento e a gestão de metas para o avanço da gestão na temática da Sustentabilidade.

Os Indicadores Ethos apresentam uma nova abordagem para a gestão das empresas e procura integrar os princípios e comportamentos da Responsabilidade Social com os objetivos para a sustentabilidade, baseando-se num conceito de negócios sustentáveis e responsáveis ainda em desenvolvimento. Além de ter maior

integração com as diretrizes de relatórios de sustentabilidade da Global Reporting Initiative (GRI), com a Norma de Responsabilidade Social ABNT NBR ISO 26000, CDP, e outras iniciativas. Os percentuais de desempenho se refere a quantidade de respostas positivas as quais demonstram a atuação da empresa da empresa em determinado âmbito (ambiental, econômico e social). A escolha dessa ferramenta foi dada por se tratar de uma ferramenta de gestão que apoia as empresas na incorporação da sustentabilidade em suas estratégias de negócio (SEBRAE, 2015), e por integrar os objetivos de sustentabilidade aos princípios e comportamentos responsáveis, numa abordagem inovadora de Indicadores para Negócios Sustentáveis e Responsáveis.

De posse dos dados coletados por meio do questionário, para análise do modelo de negócio da empresa foi utilizado a Ferramenta *Business Model Canvas,* ferramenta que possibilita o entendimento da atuação do negócio e suas principais características (OSTERWALDER, 2018). A ferramenta possibilita identificar o que a empresa vai oferecer para o mercado que realmente terá valor para os clientes. A metodologia baseia-se em um Canvas (tela, daí o nome) em que estão dispostos os nove principais elementos de um modelo de negócio: segmentos de clientes, proposição de valor, canais, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave e estrutura de custos.

E através do questionário, baseado nos Indicadores Ethos, foi possível, a partir de um auto avaliação da gestão da empresa, reconhecer suas ações já alinhadas à sustentabilidade. Por fim, a proposta é relacionar as características da empresa de Economia Colaborativa, objeto deste estudo, com as definições de Desenvolvimento Sustentável, considerando a pesquisa bibliográfica realizada.

3. RESULTADOS

3.1. Análise do Modelo de Negócio

Com base nas informações coletadas por meio de questionário aplicado com o empresário, como também, nas informações contidas nas Redes Sociais e Site da empresa durante a coleta de dados, foi elaborado o Canvas Modelo de Negócios. Ao analisar o quadro abaixo, destaca-se uma Proposta de Valor ressaltada pelo

empresário que a ideia do compartilhamento é abrir a oportunidade para que cozinheiros, chefs - tanto amadores, iniciantes, quanto os que estão no mercado há muito tempo, mas não têm condições para abrir um espaço.

De acordo com o proprietário, o restaurante abre de segunda a sábado, no almoço e no jantar. No horário de almoço, um chef amador (ou iniciante) terá a oportunidade de preparar dois pratos - com apoio e consultoria dos chefs do próprio Restaurante - que ficarão no menu por uma semana. Estes pratos devem custar no máximo R$29,00, e serão avaliados pelo público. Além disso, todos os clientes saberão quem é o chef que os criou. “O desafio é criar um prato autoral, com custo reduzido, que possa ser vendido por este preço e ter uma margem de lucro”, explica o empresário. Ao final da semana, o chef será remunerado pela quantidade de pratos que conseguir vender. Paralelo a isso, o restaurante terá um cardápio próprio, de cozinha contemporânea e culinária internacional, para aqueles que não quiserem provar os pratos dos chefs da semana. No segundo andar do estabelecimento - que tem capacidade total para 150 pessoas – está uma cozinha, espaço disponível para receber cursos, palestras, workshops e cerimônias. A ideia do empresário é todos os meses seja trazido um chef de renome nacional ou internacional, que terá o restaurante inteiro a seu dispor por uma noite.

A modelagem do negócio construído com a ferramenta Business Model Canvas, conforme o Quadro 01 abaixo, possibilitou entender um pouco mais a atuação da empresa. Algumas características do negócio demonstram, de forma bem evidente, a sua relação com a Economia Colaborativa, exemplo disso é a disponibilização da cozinha compartilhada para que chefs amadores e profissionais utilizarem e ofertarem seus pratos. Outra característica importante é o fato de possuir dois atores (peers) na realização do negócio, onde existe o proprietário que disponibiliza o local (plataforma) e os usuários que irão executar o serviço, que neste caso são os chefs, que aqui vale um destaque pois o chef pode ser tanto profissional como amadores, que estejam iniciando sua profissão, uma proposta de valor que vai de encontro com um dos pilares da sustentabilidade, o âmbito social.

Quadro 01 - Business Model Canvas / Modelo de Negócio

<table>
<tr><th>Rede de Parceiros</th><th>Atividades Chave</th><th>Proposta de Valor</th><th>Relacionamento com Clientes</th><th>Segmentos de Clientes</th></tr>
<tr><td rowspan="3">Fornecedores

Cheffs profissionais e amadores

Instituições

Universidades</td><td>Refeições – Almoço e Janta

Atendimento</td><td rowspan="3">Pratos de chefs renomados e amadores.

Experiência gastronômica.

Apoio e consultoria dos chefs locais.

Cozinha Compartilhada

Espaços para eventos

Oportunidades para chefs amadores/estudantes

Preço acessível</td><td>Whatsapp

Site</td><td rowspan="3">Público Classe AB

Residentes em Cuiabá e Região

Apreciadores de uma boa Gastronomia

Cheffs profissionais e amadores</td></tr>
<tr><td>Recursos Chave</td><td>Canais de Distribuição</td></tr>
<tr><td>Estrutura Física – Restaurante

Cozinha profissional

Recursos Humanos

Produtos de qualidade</td><td>Espaço Físico

Redes Sociais

Site</td></tr>
<tr><td colspan="2">Estrutura de Custos</td><td colspan="3">Fluxo de Receitas</td></tr>
<tr><td colspan="2">Custos Fixos

Custos Variáveis</td><td colspan="3">Vendas de Refeição – Almoço e Janta

Comissão – Cheffs</td></tr>
</table>

Fonte: Resultados da pesquisa (2019).

3.2. Interação com o Empresário

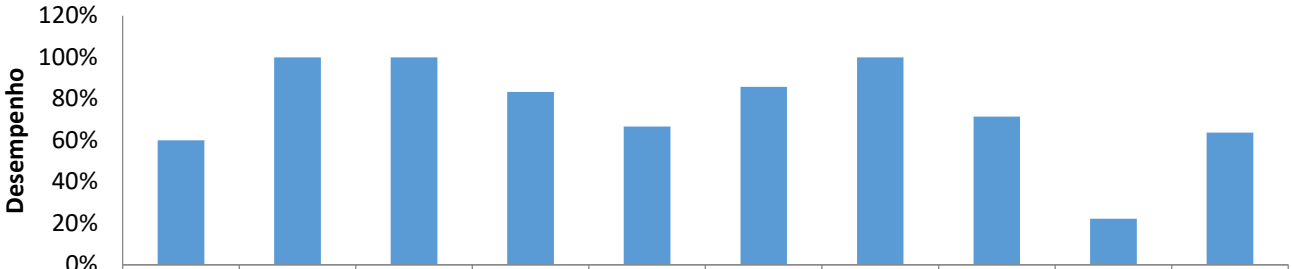
Inicialmente, o empresário foi questionado quanto a categoria **Visão Estratégica da empresa**, buscando analisar o quanto a Sustentabilidade está inserida no Planejamento Estratégico da empresa e conforme pesquisa, observa-se que apesar de existir tal direcionamento, a sustentabilidade ainda é tratada parcialmente, com um desempenho da empresa em apenas 60%, conforme Figura 01. Na categoria da **Governança e Gestão** foram analisadas quatro vertentes, sendo elas: **Gestão financeira e Administrativa** a qual obteve 100% de atuação sustentável, onde verifica-se se a empresa realiza um planejamento e gestão financeira do negócio. A segunda vertente, **Produtividade e Inovação** também apresentou-se esse mesmo percentual, neste indicador busca-se analisar se a

empresa revê seus processos, se estabelece critérios para garantir a qualidade de seus produtos ou serviços e se inova em seu portfólio de produtos; Na vertente **Relacionamento e Gestão de Fornecedores** apresentou 83%, conforme Figura 01, de atuação sustentável, onde a empresa tem estabelecido critérios para seleção dos prestadores de serviços, buscando conhecer também seus principais fornecedores; e na vertente **Relacionamento com Consumidores** apresenta um percentual baixo em relação as outras vertentes, com apenas 67%, o que é um ponto de observação, visto que os consumidores são um importante ator em um negócio lucrativo e sustentável. Nesta vertente foi avaliado como a empresa se relacionada com os clientes, apesar de possuir uma comunicação aberta não há um canal exclusivo para receber e tratar de reclamações ou sugestões dos clientes, uma oportunidade de se implantar estes recursos visto que é uma prática já bastante comum em pequenas e grandes empresas.

No âmbito social, foi analisado a **Dimensão Social** da empresa, onde buscou entender como é a relação com os empregados, bem como entender como o ambiente promove e valoriza a cultura do respeito, colaboração e diversidade. O desempenho nesta categoria foi de 86%. Ainda foi analisado o **Compromisso com o Desenvolvimento Profissional**, ou seja, com os colaboradores da empresa, que apresentou um ótimo índice de 100%, destaque pelo incentivo ao desenvolvimento profissional. Na categoria **Saúde e Segurança dos Empregados** o índice foi de 71%, onde mostra uma possibilidade de melhoria, possibilitando abertura as sugestões de seus empregados relativas a saúde e segurança bem como realizando atividades de promoção de qualidade de vida. Na categoria **Relacionamento com a Comunidade**, observa-se um dos menores índices da pesquisa, apenas 22% de atuação nessa categoria. O desempenho nesta categoria se dá pelo fato da empresa ainda realizar poucas ações voltadas para a comunidade bem como no estímulo de seus empregados a realizar trabalhos voluntários e sociais, atividades que se desenvolvidas pode contribuir para melhoria deste índice.

Conforme Figura 01 abaixo, na Dimensão Ambiental foi analisado o Uso Sustentável de Recursos Naturais, nessa análise a atuação sustentável obteve um índice de 64%, ou seja, ainda há pontos que precisam ser melhorados para considerar um modelo de negócio totalmente sustentável.

Figura 01 – Indicadores ambientais, sociais e financeiros da empresa



	Visão Estratégica - Estratégia e Sustentabilidade	Governança e Gestão - Gestão Financeira e Administração...	Governança e Gestão - Produtividade e Inovação	Governança e Gestão – Relacionamento e Gestão de Fornec...	Governança e Gestão – Relacionamento com Consumidores...	Dimensão Social	Social - Compromisso com o Desenvolvimento Profissional	Social - Saúde e Segurança dos Empregados	Social - Relacionamento com a Comunidade	Dimensão Ambiental - Uso Sustentável de Recursos Naturai...
Série1	60%	100%	100%	83%	67%	86%	100%	71%	22%	64%

Fonte: Resultados da pesquisa (2019).

4. DISCUSSÃO

Considerando o modelo de negócio do restaurante, mapeado com a ferramenta Canvas, podemos perceber que a atuação do restaurante vai de encontro com a definição de Economia Colaborativa, pois possibilita o acesso a serviços e produtos, que no caso são os materiais e o próprio espaço da cozinha, que antes ficavam ociosos e agora torna-se funcionais e disponíveis, a partir da prática de aluguel, sendo reutilizados novamente em escala (BELK, 2010). O compartilhamento faz um grande sentido prático e econômico para o consumidor, o meio ambiente e a comunidade, possibilitando que os negócios sejam mais flexíveis, inovadores e com visão de futuro, como afirma Belk (2013).

Para que possa existir de fato a Economia Colaborativa é necessário a existência de dois atores, ou *peers*, conforme conceitua Chase (2015), pois um está disposto a compartilhar e outro está disposto a consumir, a realizar uma necessidade. Complementando, conforme Stokes (2014) são modelos que estimulam o acesso em vez da propriedade e possibilita redes descentralizadas (ou seja, contato direto entre as pessoas, através de algum canal físico ou online que possa conectá-las). Apesar da empresa estudada possuir um modelo de negócio de estrutura física, para Stokes (2014) e Chase (2015), a tecnologia, mais precisamente

a internet, tem um papel fundamental nesse tipo de negócio, pois, apesar de ser possível a economia colaborativa existir sem tecnologia, ela proporciona um maior alcance e oferta desse tipo de negócio, se tornando essencial para o crescimento e maior acesso a Economia Colaborativa.

Segundo Chase (2015) existem alguns princípios que tornam uma transação econômica em economia compartilhada, são eles: **Capacidade excessiva**: tudo que se torna ocioso. No caso estudado temos como exemplo os espaços dos restaurantes bem como a cozinha e os equipamentos que podem ser utilizados por outros profissionais; **Plataformas:** suporte para realização das transações financeiras, de recursos e que fazem o que costuma ser burocrático em algo simples e viável, tornando fácil para os peers a disponibilização de produtos e serviços, possibilitando uma nova fonte de receita de uma capacidade excedente antes ociosa. **Peers:** são os atores envolvidos no processo. No Airbnb, por exemplo, os peers são os anfitriões e hóspedes que são conectados pela plataforma que possibilita a relação entre eles.

Considerando que ao compartilhar materiais, ou até mesmo espaço, pode-se dizer que está deixando a necessidade de se ter mais materiais ou outro espaço para exercer a mesma atividade, logo essa prática vai de encontro com o tripé da sustentabilidade, onde ao deixar de produzir mais materiais estaria reduzindo a exploração de recursos naturais, contribuindo no âmbito ambiental, ao dar oportunidade para profissionais exercer a atividade estará gerando renda para a economia local, e ao dar oportunidade para chefs iniciantes é uma proposta que está ligada ao âmbito social, essas ações estão alinhadas com “Tripé da sustentabilidade” (*triple botton line*), onde o ambiental, o social e o econômico devem estar presente e em equilíbrio nos resultados das empresas. (SEBRAE, 2015).

O resultado obtido com o questionário baseado nos indicadores Ethos demonstra que a empresa possui práticas bastante voltadas para a sustentabilidade, porém possui pontos que podem ser melhorados, como por exemplo, a Relação com a Comunidade, apesar de o restaurante possibilitar que profissionais amadores possam utilizar do espaço para aperfeiçoar suas habilidades, ponto importante para o âmbito social, a empresa ainda possui uma baixa relação com a comunidade, com um índice de apenas 22%, conforme pesquisa realizada, o que mostra uma possibilidade e oportunidade de melhoria. Os consumidores valorizam cada vez

mais as ações que favorecem o bem-estar da sociedade, o cuidado com a natureza e o apoio a grupos em crise na comunidade. Com essas mudanças, é claro que a o restaurante tem de possuir uma gestão mais humanizada. Na Espanha, por exemplo, há a campanha *"Restaurantes contra a fome",* na qual os negócios participantes destinam parte da sua renda (entre 0,50 e 2 euros por prato) à ONG Ação contra fome, responsável pelo fornecimento de produtos a países em crise alimentar (THEFORK, 2018). E considerando a principal característica da Economia Colaborativa, o restaurante, para melhor este índice de relacionamento com a comunidade, tem a oportunidade de compartilhar os espaços do restaurante também com a comunidade para realizar oficinas culinárias, exposições de artistas locais, reuniões de grupos ambientais, entre outras ações.

Na parte ambiental a empresa apresentou um desempenho de 64%, e há várias possibilidades de se melhorar esse índice, como por exemplo a gestão da agua, o restaurante Dona Lenha, por exemplo também foi pioneiro em Brasília em disponibilizar água filtrada gratuita para os clientes. O objetivo foi e continua sendo de reduzir o descarte de garrafas pet (SEBRAE, 2015).

O Centro Sebrae de Sustentabilidade (CSS), uma referência nacional que atua na vanguarda da gestão sustentável, realizou um estudo em 2018 onde a Economia Colaborativa foi classificada com uma das 6 Tendências de Sustentabilidade para os pequenos negócios. O estudo aponta que nos últimos anos a Economia Colaborativa tem atraído a atenção dos especialistas do mercado por conta de suas características, principalmente sobre à preferência das pessoas em ter acesso a produtos e serviços do que a posse. Ainda sobre este estudo, a Energia Solar também aparece como uma da forte tendência para os Pequenos Negócios, podendo contribuir para a melhoria do desempenho da empresa no pilar ambiental. Considerando o que Belk (2010) e Schor (2014) afirmam, a economia colaborativa ou do compartilhamento assume um papel destacado e promissor na economia global e pode realizar socialmente um equilíbrio entre as reais necessidades pessoais perante a comunidade e o planeta. No sistema de "serviços de produtos", observam-se experiências que vão na contramão dos modelos de negócios tradicionais, o que parece mais importante é a utilização do bem, o que ele proporciona, e não a posse, abordagem que se aproxima das ideias de Rifkin (2000) ao afirmar que vivemos na "era do acesso".

A criação de espaços de compartilhamento facilitara a troca de serviços e produtos e o surgimento de negócios colaborativos. Neste sentido, esse tipo de modelo de negócio economiza espaço, tempo, dinheiro e ainda têm a oportunidade de proporcionar novos relacionamentos, gerando um consumo mais ativo e consciente (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

Considerando a pesquisa bibliográfica realizada, é possível afirmar que o uso compartilhado de produtos e serviços, normalmente ociosos ou subutilizado, pode ser visto como a principal característica da Economia Colaborativa, em se tratando da empresa estudada, o fato de se compartilhar a cozinha para que Chefs utilizem é uma das principais relações com esse tipo de Economia, e conforme a Revista Exame (2016) afirma, negócios que consigam entender e aproveitar essa tendência podem se dar muito bem, repetindo o sucesso de empresas como o Airbnb e Uber. Outro resultado bastante evidente é que, ao disponibilizar soluções que atendam às necessidades básicas das pessoas, através da economia colaborativa, de forma fácil, simples e segura tem grande potencial para fortalecer esse tipo de consumo. Importante destacar que não necessariamente deve haver uma troca monetária nas trocas realizadas, diferente do caso estudado no qual os profissionais são comissionados pelos pratos vendidos.

Importante ressaltar que a pesquisa também demonstra que a prática colaborativa promove benefício à organização, a seu ecossistema de serviço e a sociedade, impulsionada por experiências co-criadas recompensadoras, mediadas com eficiência pelo espaço, que disponibiliza recursos que possibilitam a prática dos trabalhos realizados com segurança, confiança e mecanismos de reputação para possibilitar a colaboração entre pessoas desconhecidas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a pesquisa bibliográfica realizada e a caracterização de um Negócio de Economia compartilhada, foi possível evidenciar que o uso compartilhado de produtos e serviços pode ser visto como a principal característica da Economia Colaborativa que efetivamente contribui para a sustentabilidade. Essa nova realidade permite a experimentação de serviços e produtos com menor injeção

inicial de capital e maior compartilhamento de soluções, condições bastante favoráveis para a criação e a perenidade de micro e pequenas empresas.

A organização estudada, bem como as demais empresas de Economia Colaborativa, poderá aprimorar seu modelo de negócio a partir da análise das características existentes, podendo até mesmo se tornar uma vantagem competitiva, desde que busque aprimorar e melhorar as categorias analisadas pelo questionário o qual pode ser utilizado como um plano de ação, o que permitirá aos gestores alinhar os objetivos da organização com os objetivos do desenvolvimento sustentável.

Uma das limitações desse estudo foi não aprofundar de forma mais quantitativa os graus de impacto das práticas sustentáveis realizadas pela empresa. Sugere-se a realização de uma pesquisa mais sistemática sobre o tema em foco de forma mais qualitativa e comparativa com modelos tradicionais de negócios.

Por fim, ao finalizar este estudo, será possível fomentar o conhecimento acerca de Economia Colaborativa, promovendo o fortalecimento dessas práticas, bem como contribuir para a criação de novas iniciativas nesse modelo, fomentando o empreendedorismo ligado a essas novas oportunidades e práticas. Ainda, ajudar o campo teórico a correlacionar as contribuições desta economia, colaborativa, com a sustentabilidade, contribuindo para uma sociedade ambientalmente correta, economicamente viável e socialmente justa, considerando a visão de autores da área e da análise dos dados alcançados.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELK, R. W. Sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 36, n. 5, p. 715-734, 2010.

BELK, R. W. You are what you canaccess: Sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, v.67, n. 8, 2013.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é meu é seu:** como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo.Porto Alegre: Bookman, 2011.

COSTA, R.B. Entre resistências e dádivas: reflexões sobre o consumo colaborativo. **Cambiassu**, v. 19, n. 14, p. 237-252, 2014.

CHASE, R. **Economia compartilhada**: Como as pessoas e as plataformas estão inventando a economia compartilhada reinventando o capitalismo. São Paulo: HSM do Brasil, 2015.

CMMAD. Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso Futuro Comum**. 2° Edição. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1998.

DE MENEZES, U. **Desenvolvimento sustentável e economia colaborativa: um estudo de múltiplos casos no Brasil.** 2016. 166 p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em:<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/143942>. Acesso em: 15 dez. 2018.

FONSECA, M. **10 Ideias de Negócios que tem tudo para dar certo em 2017**. Revista Exame. 23 Abr. 2016. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/10-ideias-de-negocio-que-tem-tudo-para-dar- certo-em-2017/>. Acesso em: 02 out. 2018.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. - 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. **Indicadores Ethos-Sebrae para Micro e Pequenas Empresas:** Diagnóstico de RSE/Sustentabilidade para Pequenos Negócios. São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www.ethos.org.br>. Acesso em: 12 ago. 2018.

LIMA, C. **Guilherme Telles, o homem por trás do aplicativo mais polêmico do Brasil.** Forbes Brasil Online. Disponível em: < https://forbes.uol.com.br/negocios/2016/07/guilherme-telles-o-homem-por-tras-do-aplicativo-mais-polemico-do-brasil/>. Acesso em: 25 nov. 2018.

LIMA, G. C. O discurso da sustentabilidade e suas implicações para a educação. **Ambiente & Sociedade** v. 6 n. 2, p. 99-119, 2003

OSTERWÄLDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business model generation:** um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Altabooks, 2011.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio á Micro e Pequenas Empresas. **Economia Compartilhada:** oportunidades para os pequenos negócios. Cuiabá, MT: Sebrae, 2017.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio á Micro e Pequenas Empresas. **Sustentabilidade.** 2ed.Cuiabá: Sebrae, 2015.

STOKES, K.; CLARENCE, E., ANDERSON, L., RINNE, A. **Makingsense of the UK Collaborative Economy**. 2014. Collaborative Lab, p. 48. Disponível em:<https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf >. Acesso em: 19/11/2018.

7. APÊNDICE

7.1. Questionários para identificar o Modelo de Negócio.

1. Segmento de clientes: quais segmentos de clientes são foco da sua empresa?
   ( ) Não deseja responder

2. Qual a Proposta de valor que sua empresa vai oferecer para seus clientes?
   ( ) Não deseja responder

3. Quais canais seu cliente compra e recebe seu produto e serviço?
   ( ) Não deseja responder

4. Como a sua empresa se relaciona com seus clientes?
   ( ) Não deseja responder

5. Quais são as atividades-chave e essenciais para que seja possível entregar a Proposta de Valor?
   ( ) Não deseja responder

6. Quais principais recursos necessários para realizar as atividades-chave?
   ( ) Não deseja responder

7. Quais as principais parcerias do negócio? (Para realizar as atividades-chave e os recursos principais adquiridos fora da empresa)
   ( ) Não deseja responder

8. Quais são as formas de obter receita?

   ( ) Não deseja responder

9. Quais são os custos relevantes necessários para que a estrutura proposta possa funcionar?
   ( ) Não deseja responder

7.2. Questionários para identificar as práticas sustentáveis

Visão Estratégica - Estratégia e Sustentabilidade

1. A empresa tem definida sua declaração de missão, visão e valores?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

2. Elabora seu planejamento estratégico?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

2.1 Em caso positivo, ele apresenta objetivos e metas?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

2.2. Em caso positivo, os objetivos e metas consideram um ou mais aspectos de sustentabilidade?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder
3. Integra aspectos de sustentabilidade em seus processos de tomadas de decisão?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

4. Questão descritiva:
Se sua empresa considera um ou mais aspectos de sustentabilidade em seus objetivos e metas, relate aqui quais são eles? ( ) Não deseja responder

Governança e Gestão - Gestão Financeira e Administração do Negócio

5. Faz seu planejamento financeiro e prevê alternativas para a manutenção de suas atividades em momentos de queda de demanda por seus produtos ou serviços?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

6. Gerencia seu desempenho financeiro com instrumentos de controle, como revisões de orçamento, preço de venda e análise de fluxo de caixa?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

7. Monitora sua gestão por meio de indicadores de suas diferentes áreas, como Recursos Humanos e Vendas, entre outras?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

8. Os cheffs iniciantes e renomados são remunerados quando ofertam seus pratos?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

Governança e Gestão - Produtividade e Inovação

9. Revê seus processos para garantir maior eficiência na entrega de seus produtos ou serviços?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

10. Estabelece critérios para garantir a qualidade de seus produtos ou serviços?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

10.1 Em caso positivo, esses critérios incluem o controle da qualidade dos insumos que adquire para usar em seus processos de produção ou em seus serviços?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

11. Aprimora continuamente seu portfólio de produtos ou serviços, visando aumentar a satisfação do cliente ou consumidor?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

12. Inova seu portfólio de produtos ou serviços, aumentando a participação de itens que tenham sinergia com a sustentabilidade e que gerem benefícios a uma de suas dimensões (econômico-financeira, social, ambiental ou ética)?

( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

13. A empresa entrega seus produtos ou realiza seus serviços no prazo acordado com o cliente?
( ) Sempre ( ) Na maioria das vezes ( ) Às vezes ( ) Nunca

Governança e Gestão – Relacionamento e Gestão de Fornecedores

14. Estabelece critérios para a seleção dos prestadores de serviços?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

14.1. Se sim, quais critérios são utilizados?
_____
( ) Não deseja responder

15. Tem conhecimento de quais são seus principais fornecedores?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

16.1. Em caso positivo, faz um levantamento de fornecedores críticos, considerando um eventual impacto na interrupção de seus próprios produtos ou serviços?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

16.2. Em caso positivo, tem alternativas para manter suas entregas ou serviços em caso de interrupção de algum fornecedor?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

16. A empresa adota critérios de compra que levam em conta a garantia de origem, assegurando uma produção ambientalmente correta e socialmente justa?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

17. Prioriza a compra de fornecedores locais?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

Governança e Gestão – Relacionamento com Consumidores ou Clientes

18. Possui um canal formal de comunicação com seus consumidores/clientes, como caixa de sugestões ou o número de telefone e e-mail de quem possa atender?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

19. Responde ou esclarece as dúvidas encaminhadas
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

20. Analisa as dúvidas, sugestões e reclamações recebidas e as utiliza como instrumento para aperfeiçoar suas atividades?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

21. Promove treinamento de seus profissionais de atendimento para garantir uma resposta rápida e uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor/cliente?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

22. Atende a legislação e fornece aos consumidores dados relevantes de forma completa, precisa e compreensível na divulgação de seus serviços?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

23. Em sua propaganda, representa as pessoas de forma respeitosa e não discriminatória?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

Dimensão Social

24. Paga seus empregados no dia estabelecido no contrato de trabalho?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

25. Prioriza a contratação de empregados da comunidade do entorno?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

26. Promove um ambiente de respeito e colaboração entre os empregados?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

27. Promove um ambiente que valoriza todos os tipos de diversidade?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

28. Promove igualdade de tratamento para mulheres e homens no recrutamento, designação de tarefas, treinamento, oportunidades de progresso, remuneração e rescisão de contrato de trabalho?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

29. Oferece um canal de fácil acesso para receber e encaminhar sugestões ou reclamações relativas às condições de trabalho?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

30. As dependências da empresa possuem recursos que facilitam o deslocamento e a convivência de pessoas com deficiência motora, auditiva e visual (p. ex., rampas, avisos de segurança em braile, sinais luminosos e sonoros em áreas de circulação de veículos ou máquinas etc)?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

31. A empresa estabelece sua relação de trabalho com empregados usando os seguintes tipos de contrato de trabalho:
( )Prazo indeterminado ( )Prazo determinado ( ) Prestação de serviços
( ) De experiência ( ) Temporário ( ) Não deseja responder

Social - Compromisso com o Desenvolvimento Profissional

32. Orienta seus empregados para o exercício de sua função?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

33. Oferece aos empregados treinamentos para aprimorarem a realização de suas atividades?

( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

34. Valoriza e incentiva o desenvolvimento profissional de seus empregados?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder
35. Subsidia cursos para os empregados?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

36. Os administradores da empresa – sócios (as), proprietários(as), diretores e gerentes – investem em sua própria capacitação, aprimorando seus conhecimentos técnicos e de gestão empresarial?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

Social – Saúde e Segurança dos Empregados

37. Oferece instalações em boas condições de uso?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

38. Oferece a seus empregados um ambiente físico agradável e seguro, incentivando cuidados com higiene e saúde?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

39. Treina e conscientiza os empregados sobre a prevenção de acidentes ou de incêndios?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

40. Fornece, treina e conscientiza a respeito do uso de equipamento de proteção individual (EPI)?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

41. Está aberta a sugestões de seus empregados relativas a saúde e segurança?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

42. Realiza atividades de promoção de qualidade de vida, como espaços de reconhecimento dos empregados, celebrações de datas comemorativas, campanhas de vacinação, biblioteca ou jogos esportivos?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

43. Tem mecanismos para prevenir e combater situações de assédio moral?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

44. Tem mecanismos para prevenir e combater situações de assédio sexual?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

Social - Relacionamento com a Comunidade

45. Tem um canal de diálogo com a população da comunidade, como caixa de sugestões ou o número de telefone e e-mail de quem possa atender?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

46. Incentiva o trabalho voluntário de seus empregados?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

57.1. Em caso positivo, acompanha o trabalho que seus empregados desenvolvem nessas organizações
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

57.2. Em caso positivo, reconhece a importância desse trabalho divulgando-o por meio de murais, jornal interno, jornal local etc?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

58. "Adotou" pelo menos uma organização de sua comunidade e mobiliza sua rede de contatos em favor dela?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

Em caso positivo, a empresa:
58.1. Divulga a organização a clientes, membros da comunidade, fornecedores e outras organizações?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

58.2. Procura sempre acompanhar os resultados que essa parceria tem alcançado (p. ex.: que tipo de contribuição trouxe para a organização, para a empresa e para as pessoas atendidas; quais são os próximos passos; quando a parceria terá fim; como o parceiro se manterá sem o apoio da empresa; etc?)?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

58.3. Incentiva seus empregados a atuar voluntariamente nesses projetos?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

59. Como resultado de sua atividade na comunidade, a empresa acredita que obteve benefícios para o negócio, como o aumento de vendas, a melhoria na relação com os fornecedores, a aquisição de novos contatos ou clientes ou a menor rotatividade de pessoal, entre outros?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

Dimensão Ambiental – Uso Sustentável de Recursos Naturais e Insumos da Produção

60. Conhece e entende os impactos de suas atividades sobre o meio ambiente (como emissão de poluentes, erosão do solo, alto consumo de energia, de água e de combustível, entre outros)?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

60.1. Em caso positivo, esses impactos são medidos e gerenciados?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

61. Já foi obrigada a tomar iniciativa para solucionar problemas causados pelas mudanças climáticas, como enchentes, deslizamentos ou desertificação?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

62. Discute parcerias com fornecedores visando o retorno ao fabricante de materiais descartados (como produtos vencidos, pneus usados, pilhas, baterias etc)?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder
63. Procura utilizar em seus processos materiais que causem menos danos ao meio ambiente?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

64. Recicla ou reutiliza os materiais de suas instalações e/ou de seus processos produtivos, visando a redução de desperdício de matéria-prima?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

PRATICA EM SUAS DEPENDÊNCIAS

65. Coleta seletiva de lixo (tem, por exemplo, recipientes identificados para papel, vidro, metal, plástico e material orgânico)?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

66. Redução do consumo de energia (por meio, por exemplo, da melhoria na iluminação natural, de aparelhos eletrônicos de menor consumo de energia, de dispositivo para cortar a energia quando o aparelho não está em uso etc?)?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

67. Redução do consumo de água (pela instalação de torneiras com fechamento automático e de descargas com vazão reduzida, pelo aproveitamento da água da chuva para atividades industriais etc.)?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

68. Destinação final adequada para resíduos que necessitem de tratamento específico, como pilhas, baterias, óleos, pneus e lixo hospitalar, entre outros?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

69. Compartilha os materiais da dependência da empresa com os Prestadores de Serviços?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não deseja responder

69.1. Em caso positivo, descreva quais materiais são compartilhados:
_____
( ) Não deseja responder