



VENDAS ESPECIAIS: LUCRATIVIDADE ADVINDA DE RESÍDUOS RECICLÁVEIS

SPECIAL SALES: PROFITABILITY FROM RECYCLABLE WASTE

Profa. Me. Sônia de Oliveira Morcerf – Centro Universitário de Barra Mansa (UBM). Email: sonia.morcerf@ubm.br

Prof. Dr. Dener Martins dos Santos – Centro Universitário de Barra Mansa (UBM) e Prof. Associado da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Email: denner.martins@ubm.br

Beatriz Campos Machado da Costa – Curso de Engenharia de Produção – Centro Universitário de Barra Mansa. Email: bicacosta_bm@hotmail.com

Maria Letícia da Costa Reis – Curso de Engenharia de Produção – Centro Universitário de Barra Mansa.

Rogério Clynton Ribeiro – Curso de Engenharia de Produção – Centro Universitário de Barra Mansa. Email: clyntonribeiror@gmail.com

RESUMO

Vendas Especiais é uma das terminologias utilizadas para um setor que tem papel importante na cadeia de gestão de resíduos. Em busca do entendimento dessa cadeia foi realizada uma pesquisa de campo numa organização que opera com esse setor com o objetivo de apontar onde se aplicam as políticas voltadas para a sustentabilidade que é um dos grandes anseios da sociedade na atualidade, associado aos benefícios para a organização e implantação. O resultado da pesquisa apresentou que não se tratava apenas do cumprimento das determinações dos órgãos fiscalizadores, mas sim de uma reestruturação que abrangeria mudança cultural organizacional, descarte correto dos resíduos não recicláveis em aterros sanitários. No caso daqueles recicláveis ora denominados de co-produtos, o beneficiamento para outras organizações como matéria-prima, aumentariam a satisfação financeira dos *shareholders*.

Palavras-Chave: Vendas Especiais, sustentabilidade, co-produto.



ABSTRACT

Special Sales is one of the terminologies used for a sector that plays an important role in the waste management chain. In search of understanding this chain, field research was carried out in an organization that operates with this sector in order to point out where the policies aimed at sustainability are applied, which is one of the great desires of society today, associated with the benefits for the organization. and deployment. The result of the research showed that it was not just about complying with the determinations of Organs supervisory bodies, but a restructuring that would cover organizational cultural change, correct disposal of non-recyclable waste in sanitary landfills. In the case of those recyclables now called co-products, the processing for other organizations as raw material would increase the financial satisfaction of shareholders.

Keywords: Special Sales, sustainability, co-product.

1. INTRODUÇÃO

Numa busca permanente por dispositivos e ferramentas que colocadas em prática garantem o cumprimento de leis e normas que tem como objeto principal a preservação do meio ambiente, as organizações vislumbram a criação de setores que façam a gestão ambiental que ora está focada no descarte correto dos resíduos gerados no processo produtivo e na prestação de serviços. Para os resíduos recicláveis se coloca em prática a economia circular, pois, o que é resíduo para uma organização para outra é matéria prima, já os resíduos não recicláveis são destinados a aterros sanitários. No que tange a realização de um projeto dessa natureza se faz necessário a conscientização de todos os colaboradores, já que existe a responsabilidade individual para o descarte seletivo. Logo, o setor de *Vendas Especiais* desses resíduos recicláveis possuiria locais apropriados e estes seriam armazenados e ofertados para outras organizações. Essa prática é interessante tanto para os *stakeholders*, quanto para os *shareholders*, pois, além da boa imagem da organização frente a demanda por sustentabilidade, agrega lucro.



WEETMAN (2019) apresenta os pilares da economia circular que colocados em prática garantirão êxito para os *shareholders*, já que a organização precisa ser inovadora para se manter ativa no mercado e gerar lucros, além de atender a crescente demanda por sustentabilidade frente aos *stakeholders*. CAMPOS (2017) explicita a importância da logística reversa que tem um papel importante na aplicabilidade de *Vendas Especiais*. Entre outros autores que apontam a importância de outros setores relevantes para a implantação de uma gerência dedicada aos resíduos gerados em todo o parque industrial, seja na fabricação de produtos ou prestação de serviços.

1.1 Objetivo Geral

Analisar a importância da criação do setor de *Vendas Especiais* que envolve a organização no todo e a conecta com outras organizações inclusive de outras nações para receberem seus resíduos recicláveis que ora servirão de matérias-primas.

1.2 Objetivos Específicos

Verificar os pontos mais relevantes relativos a *Vendas Especiais* e onde são aplicados. Avaliar os benefícios da implantação desse setor para os *stakeholders* e os *shareholders* e se depende do abarcamento de todos os colaboradores.

Averiguar se é possível fabricar produtos e prestar serviços com qualidade, agredindo cada vez menos a natureza e gerando lucros. Investigar a importância do descarte e da coleta seletiva para o sucesso do setor.

1.3 Justificativa

A população cada vez maior e mais consumista propicia o aumento da demanda por produtos cada vez melhores e ecologicamente corretos. A natureza sofre enormes impactos com as extrações de matérias-primas e descartes incorretos de resíduos e nessa direção há o aprimoramento de políticas que garantem a fabricação de produtos e prestação de serviços que atendam os anseios da sociedade



para a sustentabilidade. Nos últimos tempos muito se relata a respeito da economia circular que além de colocar em prática a sustentabilidade amplamente, gera lucros para as organizações.

Algumas organizações estão criando setores como o de *Vendas Especiais* com o objetivo de gerenciar principalmente a coleta e o descarte seletivo de forma a atender tal demanda gerando lucros. É preciso explicitar tanto para os *stakeholders* quanto para os *shareholders* que o benefício vem de colocar em prática as políticas de responsabilidade ambiental, econômica e social com a geração de renda diante a prática da economia circular e isso se dá com a venda dos resíduos recicláveis gerados durante o processo produtivo ou prestação de serviços.

2. ASPECTOS GERAIS DE VENDAS ESPECIAIS

2.1 Sustentabilidade

Segundo BARBOSA (2018), em qualquer segmento de negócio, uma organização existe para gerar valor. Ele deve estar muito claro para todos os *stakeholders*, pois, é o responsável pela longevidade da organização e base para a definição de toda a estratégia a ser adotada. O valor é diretamente influenciado pelos impactos positivos e negativos (riscos e oportunidades) que a organização produz com suas atividades, produtos e serviços, nos ambientes interno e externo a ela. Os impactos podem afetar outros capitais que não o econômico/financeiro e, por isso, devem ser mapeados no gerenciamento de riscos, associados aos processos de governança. Neste contexto, a sustentabilidade contribui fortemente, e de forma imprescindível, para que a organização continue existindo em um mundo cheio de incertezas. É necessário entender que ser sustentável não é simplesmente: Plantar árvores... e, muito menos abraça-las, isso é amar a natureza. Apagar as luzes todas as vezes que sai de um ambiente, isso é fazer economia de energia. Fechar a torneira, a cada vez que se escovam os dentes ou se toma banho sem estar usando a água corrente, isso é fazer economia de água. Separar lixo, sem considera-los resíduos que podem ser insumos importantes em uma cadeia produtiva e, muito menos, sem conhecer se a sua destinação será correta, isso pode ser somente um trabalho inútil.



V Seminário de Pesquisa e Iniciação Científica UBM

Sustentabilidade é muito mais do que isso. Todos esses exemplos podem contribuir para que a organização se torne sustentável, mas não necessariamente isso acontecerá somente com ações isoladas. É necessário ter conhecimento estruturado dos reais impactos sociais, ambientais e/ou econômicos, positivos e negativos, criados. Os dicionários costumam definir sustentabilidade como a característica ou condição do que é sustentável. Resumindo os inúmeros significados para o verbo sustentar e aplicando-os para o mundo corporativo, pode-se reconhecer que tornar uma organização sustentável quer dizer: Evitar sua queda, manter o seu equilíbrio, ajudá-la a lutar, resistir, aguentar e se proteger de incertezas, impedir sua ruína e mantê-la firme. Garantir e fornecer os meios necessários à sua sobrevivência, seu fortalecimento, sua conservação, continuação ou manutenção, por um tempo maior do que o normal.

ALVES (2019) frisa que, as questões ambientais têm sido debatidas em vários países, especialmente assuntos referentes às mudanças climáticas, proteção das espécies da fauna e flora, produção de alimentos orgânicos, poluição e reciclagem de produtos. O consumo verde pode ser considerado uma função da prosperidade de um país ou de um povo, pois, o interesse pelas questões ambientais surge quando as necessidades básicas do indivíduo, como moradia, alimentação e emprego tiverem sido satisfeitas. Essa afirmação é corroborada pelo fato de que o consumo verde atingiu seu nível mais elevado em países desenvolvidos como a Suécia e a Alemanha. A decisão do consumidor tem grande impacto sobre o meio ambiente e a sociedade. Produtos oriundos de atividades agrícolas e pecuárias que provocam desmatamento, por exemplo, só conseguem se estabelecer no mercado porque existe uma demanda de consumidores dispostos a comprar tais produtos, sem se preocuparem com a sua procedência responsável. Nesse contexto, nota-se que a sustentabilidade ambiental é um assunto complexo e que pode ser analisada de diferentes perspectivas. Está relacionada à produção das empresas e ao comportamento de consumidores e governos, por isso aspectos como descarte, reutilização e reciclagem de produtos e embalagens devem ser considerados. Também merecem destaque o uso de energias mais limpas em detrimento daquelas advindas de combustíveis fósseis, o que terá



V Seminário de Pesquisa e Iniciação Científica UBM

impacto direto nas formas de mobilidade urbana e também nos diversos tipos de meio de transporte mais sustentáveis como transporte público elétrico, *figura 1*.

Figura 1: Transporte Público Elétrico

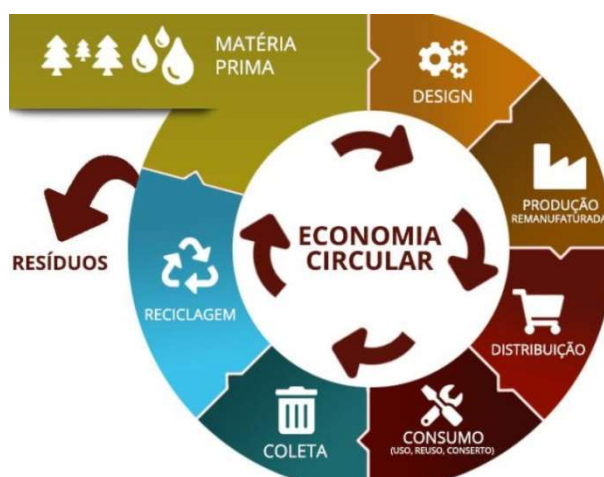


Fonte: CIUFFA (2018)

2.2 Economia Circular

De acordo com WEETMAN (2019), a estrutura da economia circular está basicamente dividida em seis blocos: Inputs circulares, design do produto, design do processo, fluxos circulares (*figura 2*), modelos de negócio e, finalmente, capacitadores e aceleradores. Esses blocos são descritos sucintamente.

Figura 2: Fluxo Circular



Fonte: AUGUSTO (2020)



2.2.1. Inputs Circulares

Segundo WEETMAN (2019), significa projetar o produto para usar recursos sustentáveis em sua lista de materiais. Estes devem ser seguros, não tóxicos, renováveis e, de preferência, reciclados. A especificação de materiais substitutos potenciais pode reduzir o risco de possíveis faltas de suprimentos, melhorando a segurança do fornecimento.

2.2.2. Design do Produto

WEETMAN (2019) salienta que, o bom design poderia promover a longevidade, possibilitando que o produto dure mais, na primeira “vida” (ou ciclo) e nas subsequentes, de modo a ser usado sucessivas vezes, por mais tempo. É fácil desmontá-lo e repará-lo? O design deve capacitar e encorajar fluxos circulares, para manter o produto, as partes e os materiais circulando, com o maior valor possível, em sucessivos ciclos, os mais longos possíveis? O design deve simplificar a desmontagem ao fim de cada ciclo de uso, para permitir acesso fácil aos recursos futuros.

2.2.3. Design do Processo

WEETMAN (2019) evidencia ainda que, o processo de manufatura deve incluir o planejamento de fluxos circulares, de modo a preservar “nutrientes” para o uso futuro. Também precisam minimizar o uso de recursos, tanto de materiais quanto de inputs de processo, como energia, água e outros adjuvantes, que se transformam em recursos incorporados no produto. Você pode criar ou desenvolver subprodutos e coprodutos? Você é capaz de remanufaturar ou renovar produtos para novos ciclos de uso? Você conseguiria desenvolver fluxos simbióticos, de ida e volta, com outros setores de atividade, benéficos para todas as partes?



2.2.4. Fluxos Circulares

Também de acordo com WEETMAN (2019), como você recuperará os produtos, partes ou materiais, sem perder valor nos fluxos reversos? Qual seria a melhor maneira de estabelecer fluxos circulares, ou de “recuperação de saída” (*output recovery*)?: Opções de reutilização, em que o produto é revendido ou compartilhado. Remanufatura, para que o desempenho do produto seja compatível com o outro “novo”, numa segunda vida. Reciclagem, para que os materiais ou componentes sejam usados em outro produto.

2.2.5. Modelos de Negócio

Ainda de acordo com WEETMAN (2019), os modelos de negócio e as estruturas comerciais podem promover a circulação do produto, partes ou materiais. Isso inclui modelos de serviço para substituir a propriedade, como *pay-per-use*, *lease and hire* (*leasing* e aluguel), compartilhamento, e sistemas de troca. Reparos, manufatura, reciclagem ou revenda também podem formar a base do modelo de negócio.

2.2.6. Capacitadores e Aceleradores

WEETMAN (2019) afirma ainda que, É possível se beneficiar com “Capacitadores” e “aceleradores”, ao longo de toda a cadeia de valor. Os Capacitadores incluem “química verde”, para melhorar a escolha de material ou ajudar no desenvolvimento de subprodutos; abordagens de biomimética, para o design de produtos e seleção de materiais; código aberto e abordagens de pensamento sistêmico. A tecnologia abrange computação na nuvem (*cloud computing*), internet das coisas (*Internet of Things – IoT*) e tecnologia de sensores (*sensor technologies*), big data, impressão 3D, *apps* móveis (*mobile apps*) e plataformas de compartilhamento e internet móvel (*mobile internet*). As abordagens de *stewardship* do produto estão ajudando a acelerar a transição. Os exemplos incluem avaliações do ciclo de vida (*life-cycle assessments*) do produto, padrões éticos e certificações, e melhor compreensão das pegadas de recursos e das fontes de material sustentável.



Iniciativas da indústria colaborativa, como Round Table on Responsible Palm Oil, ou Better Cotton Initiative, podem ajudar a acelerar a disponibilidade de recursos renováveis mais sustentáveis. Políticas públicas e legislação também são úteis, com o governo regulando e tributando o *stewardship* do produto ou responsabilidade estendida do produtor, e induzindo as empresas a assumir os custos externalizados, como poluição. O enfoque da economia circular é apoiado por conceitos baseados em eficiência dos recursos, ou ecoeficiência, sustentabilidade, responsabilidade social da empresa (RSE) (*corporate social responsibility – CSR*) triplo resultado (*tripli bottom line*); mas essas visões mais restritas não são tão sistêmicas e amplas quanto a da economia circular, e podem ser classificadas como estratégias encorajadores, que são “menos ruins”, em vez de fazerem “mais bem”.

2.3. Gestão Ambiental

De acordo com DAL FORNO (2017), entende-se que a gestão ambiental tem se mostrado uma importante ferramenta de competitividade para as organizações produtivas de diversos setores, e essas preocupações ambientais têm acarretado mudanças produtivas, de comercialização e consumo. Nesse sentido, emerge uma demanda pela construção de procedimentos sistemáticos, a fim de gerenciar e controlar as ações sobre o meio ambiente. Um desses procedimentos constitui-se como Sistema de Gestão Ambiental (SGA), caracterizado por um conjunto de ações, visando o planejamento, a organização, o controle e a minimização dos impactos ambientais causados pelos processos produtivos. A preocupação global com a conservação da natureza decorre da necessidade de protegê-la. Responsabilizar-se pelo ambiente significa também cuidar da espécie humana. Diante disso, cresce uma nova consciência ambiental, que surge a partir das transformações culturais.

Para BORGER (2020), a responsabilidade social das empresas tem-se tornado um dos temas de gestão empresarial mais debatidos e propagados, constituindo uma variável importante na estratégia competitiva das empresas e na avaliação do seu desempenho. As empresas estão tendo de competir num ambiente de negócio cada vez mais complexo, no qual não é mais suficiente oferecer qualidade e preço competitivo, não é mais suficiente obedecer às leis e pagar impostos. As companhias



de sucesso serão cada vez mais pressionadas para olhar intensamente o impacto das suas operações dentro e fora de suas paredes institucionais e, cuidadosamente, verificar os impactos de suas políticas e ações em seus empregados, clientes, comunidades e na sociedade como um todo. Nos últimos anos, as questões ambientais invadiram os negócios e mostraram a capacidade de criar valor para clientes, acionistas e outras partes interessadas. As forças de globalização levaram empresas a incorporar a dimensão socioambiental na gestão. Essas forças ampliaram a preocupação pública e dos governos com questões como mudança climática, poluição industrial, segurança alimentar, degradação dos recursos naturais, direitos humanos, entre várias outras. Consumidores estão exigindo produtos e serviços de empresas socialmente responsáveis, governos estão estabelecendo políticas e regulamentações mais restritivas, e os investidores também estão estimando os riscos ambientais e sociais dos investimentos. Ainda é raro encontrar a questão ambiental tratada de fato como integrante da responsabilidade social, sendo essa uma boa razão para empregar o termo *responsabilidade socioambiental* para esclarecer que as questões socioambientais são indissociáveis.

2.4. Logística Reversa

De acordo com CAMPOS (2017), a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos é o conjunto de atribuições individualizadas e encadeadas entre os agentes envolvidos. Trata-se de importadores, fabricantes, distribuidores, comerciantes, consumidores e titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos. Seu principal objetivo é minimizar o volume de resíduos sólidos e rejeitos gerados e também a redução dos impactos causados às pessoas e à qualidade ambiental decorrentes do ciclo de vida dos produtos. A PNRS (Política Nacional de Resíduos Sólidos) considera a logística reversa um dos instrumentos para aplicação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, que é considerada um instrumento de desenvolvimento econômico e social. Caracteriza-se por diversas ações e procedimentos em busca da viabilização da coleta e da restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial. O objetivo é uma destinação



V Seminário de Pesquisa e Iniciação Científica UBM

final ambientalmente adequada desses resíduos por meio de seu reaproveitamento tanto em seu ciclo como em outros ciclos produtivos.

Ainda de acordo com CAMPOS (2017), logística reversa é a área da logística que atua de modo a gerenciar bens e materiais após sua venda e consumo, retornando estes a sua origem, agregando valor. Economicamente, ambientalmente e socialmente, essa ferramenta tem tamanha contribuição com relação ao reaproveitamento de material e até mesmo produtos acabados, assim contribuindo com a diminuição da necessidade de matéria-prima em alguns casos. A gestão da logística reversa pode ser definida como *Gestão de Recuperação de Produtos* (PRM – Product Recovery Management), pois, cuida dos produtos e dos materiais após seu uso. Algumas das atividades da logística reversa funcionam, de certa forma, não apenas como as que acontecem no caso de devolução de itens defeituosos ou que sofrem avarias, mas a logística reversa se refere a todos os processos de recolher, desmontar e processar produtos usados, partes de produtos e/ou materiais para garantir uma recuperação total ou parcial, o que traz benefícios ao meio ambiente, *figura 3*.

Figura 3: Ciclo da Logística Reversa



Fonte: ilogpr (2019)



2.5. Environmental, Social, and Corporate Governance

Segundo CRUZ (2022), ultimamente tem se falado muito em ESG, seja referindo-se a empresas que o adotam como estratégia, seja nominando fundos de investimento. A sigla significa **Environmental, Social and Governance**; traduzindo: Meio ambiente, social e governança corporativa. Em janeiro de 2020, no Fórum Econômico Mundial, em Davos, Suíça, empresários concluíram que chegou a vez de as empresas olharem mais para os interesses das pessoas que são afetadas e que afetam seus negócios, os chamados *stakeholders*, do que para os interesses dos acionistas (*shareholders*). A isso deram o nome de *capitalismo dos stakeholders*, ou seja, o foco não está mais na distribuição dos lucros, mas sim no que a empresa pode fazer para tornar o mundo melhor, claro que sem deixar de ganhar dinheiro com a venda de seus produtos ou serviços. A desigualdade social, o racismo estrutural, as mudanças climáticas, o avanço da inteligência artificial e mesmo a pandemia do novo coronavírus são apenas alguns dos muitos problemas urgentes com que todos precisam lidar, e as empresas têm sido cobradas por seus *stakeholders* a ter um posicionamento sobre esses males e apresentar ações para mitigá-los.

Ainda de acordo com CRUZ (2022), os consumidores querem produtos melhores, mas ao mesmo tempo exigem que as empresas deixem um impacto positivo sobre o planeta. Isso também precisa ser internalizado por aqueles que divulgarão produtos e serviços de seus clientes. A geração dos *millennials* preocupa-se sobremaneira com os impactos ambientais e sociais de suas ações e está ingressando no mercado de trabalho, realizando investimentos e decidindo o que e como consumir. Para essa geração, propósito é muito mais relevante do que salário quando da escolha de um trabalho; ao consumir, quer produtos que sejam socioambientalmente corretos e, ao investir, quer fazê-lo em empresas que respeitem seus *stakeholders* e o meio ambiente e assumam uma postura clara contra as injustiças sociais. Também é possível utilizar-se o ESG para mensurar riscos. Assim, além de analisar a governança, o mercado financeiro passa a verificar questões relacionadas ao meio ambiente e ao social. Ao estabelecer o ESG como parâmetro para a gestão de riscos, temas como vazamento de óleo e produtos químicos, uso de trabalho infantil na cadeia de fornecedores, discriminação e preconceito são fatores que entram na lupa da



agenda ESG. Uma empresa que adere às boas práticas em ESG revela que procura minimizar seus impactos no meio ambiente; cuidar melhor das pessoas de seu entorno, respeitando diferenças, promovendo diversidade, igualdade e inclusão e se posicionando sobre questões relevantes para a sociedade; implementar políticas e ações que evidenciem transparência, prestação de contas, equidade e responsabilidade. E, claro, conseguirá atrair e reter talentos e chamará a atenção dos consumidores.

3. ANÁLISE DE VENDAS ESPECIAIS

Foi realizada uma pesquisa de campo de forma a constatar a aplicabilidade de políticas como *sustentabilidade e economia circular*, por exemplo. *Vendas especiais* é uma das nomenclaturas que podem ser usadas pelas organizações para a criação de setores dedicados ao descarte de resíduos e que envolve outros setores da própria organização. Com uma crescente demanda por preservação do meio-ambiente as organizações colocam em prática as políticas que atendem aos anseios da sociedade mundial de forma a não provocar impactos negativos para os *shareholders*, já que cuidar do meio ambiente passa a não ser visto apenas como consciência ambiental, mas também uma forma de gerar lucros.

Seja no processo de fabricação de produtos ou prestação de serviços, são gerados resíduos que se dividem em recicláveis e não recicláveis, os recicláveis são gerados nos mais diversos tipos de segmentos produtivos como: farmacêutico, agronegócio, química fina, siderurgia, mineração, metalurgia, entre outros em âmbito global. Verificou-se um fluxo pré-estabelecido entre a geração dos resíduos não recicláveis e a venda conforme demonstrado na *tabela 1*.



V Seminário de Pesquisa e Iniciação Científica UBM

Tabela 1: Fluxo das atividades na coleta seletiva.

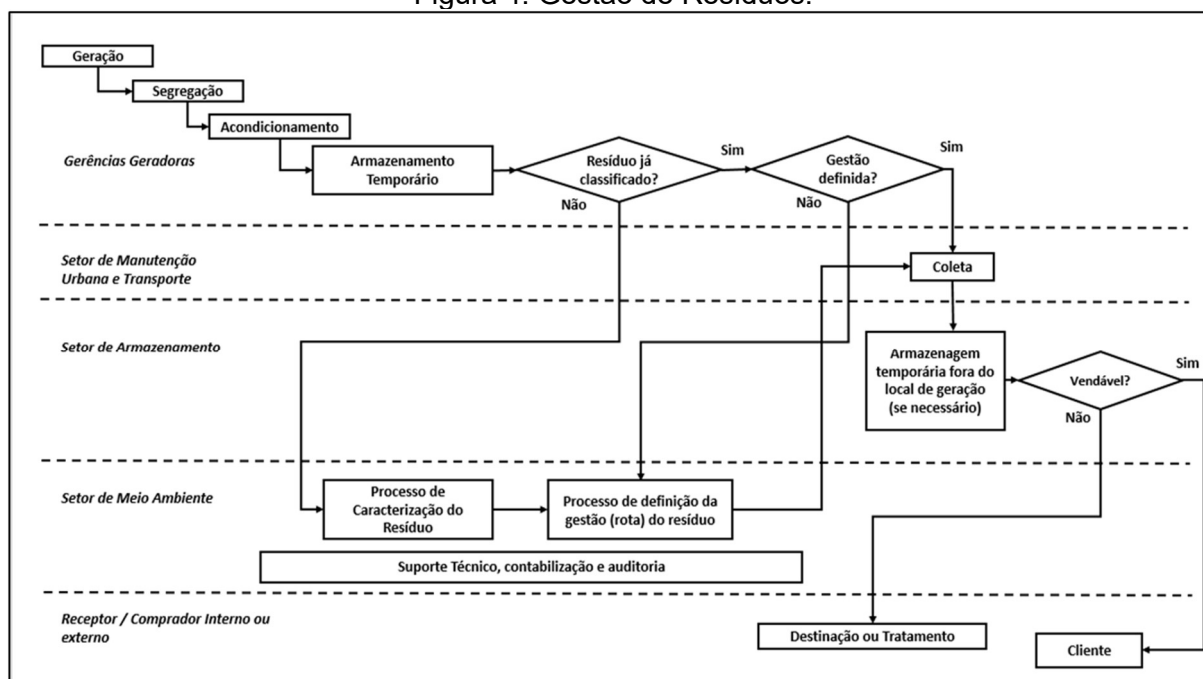
Fase	Atividade	Responsável	Como
01	Geração de resíduos: Recicláveis e não recicláveis	Área Geradora	Durante as atividades e rotinas
02	Segregação e disposição de resíduos nos coletores da Coleta Seletiva	Todos os colaboradores	Manualmente, antes do descarte
03	Recolhimento dos resíduos dispostos nos coletores, identificação dos sacos e disposição no local de armazenamento temporário (Gaiola de Coleta Seletiva)	Contratada responsável pela limpeza social	Resíduos recicláveis (Coletores vermelho, azul, amarelo e verde) são colocados na gaiola para serem enviados ao Posto de Recicláveis. Rejeitos não recicláveis (coletores cinza e marrom) são colocados na caçamba de lixo social para disposição em Aterro Sanitário
04	Recolhimento dos resíduos recicláveis na gaiola e envio para o Posto de Recicláveis	Gerência de Transporte	Através de veículo adequado Os rejeitos são recolhidos na caçamba de lixo social por empresa contratada e enviados para disposição em Aterro Sanitário
05	Recebimento de resíduos recicláveis no Posto	Posto de Recicláveis	Recebimento, pesagem, apontamento dos sacos, triagem conforme cada tipo de resíduo, nova pesagem, armazenamento Rejeitos e/ou resíduos recicláveis contaminados são descartados em caçamba de lixo social Elaboração de indicador de Coleta Seletiva
06	Venda de materiais recicláveis	Gerência de Vendas	Através de leilão de clientes prospectados

Fonte: AUTORES (2022).

Verificou-se ainda o fluxo na gestão desses resíduos separando por setores responsáveis de acordo com a *Figura 4*.



Figura 4: Gestão de Resíduos.



Fonte: AUTORES (2022).

Com a criação do setor de *Vendas Especiais*, além de colocar em prática as políticas de preservação do meio ambiente, há um grande trabalho de conscientização aos colaboradores e uma prática rentável para os *shareholders*, além de melhorar a imagem da organização frente aos *stakeholders*.

4. CONCLUSÕES

O objetivo geral deste trabalho foi averiguar a base de sustentação para a criação do setor de *Vendas Especiais*, alicerçado por revisão bibliográfica e analisar os impactos da reestruturação para que não seja apenas um cumprimento de leis e normas, mas sim uma forma de cumprir as determinações dos órgãos fiscalizadores no que tange a gestão de resíduos e beneficiando os *shareholders*, por consequência.

De posse da compreensão da escassez de algumas matérias-primas e os impactos provocados na natureza pela extração de outras, com o agravante do descarte incorreto dos resíduos gerados durante a fabricação de produtos e prestação de serviços, as organizações investem maciçamente para se adaptarem as demandas mundiais no que tangem as necessidades da preservação do meio ambiente e a



minimização dos impactos promovidos pelas suas ações. Esse investimento não se relaciona somente com pesquisas, substituição de equipamentos do parque produtivo ou para prestação de serviços, muito se tem investido no desenvolvimento de políticas e recursos humanos para colocar em prática essas políticas.

As organizações existem para dar lucros para seus donos e/ou acionistas, quando se fala em economia circular, por exemplo, é um mecanismo que coloca em prática amplamente a sustentabilidade, agregando lucro para a organização. Devido à rapidez e qualidade que as informações são veiculadas atualmente, traz benefício como uma boa imagem da organização que preza por valores de responsabilidade ambiental, econômica e social, o uso de dispositivos como o ESG evidencia o quão possível é oferecer produtos e serviços com preços acessíveis, agredindo menos a natureza e ampliando a satisfação dos *shareholders*.

Com a implantação do setor de *Vendas Especiais* a organização atende os anseios da sociedade por produtos de qualidade obedecendo as normas internacionais de sustentabilidade e divulgando as ferramentas que são referências para gerenciamento ambiental. Toda mudança é um processo e todo processo é constituído de etapas e para as organizações isso se torna complexo no sentido de precisar fazer uma reestruturação cultural, já que não envolve apenas o alto escalão, mas sim todos os colaboradores e essa etapa tem um papel importante que é a conscientização individual de que ações simples como o descarte seletivo, contribui muito para a implantação de algo relevante como é o setor de *Vendas Especiais*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVES, Ricardo R.; **Sustentabilidade empresarial e mercado verde: A transformação do mundo em que vivemos**. Rio de Janeiro: Vozes, 2019. 208 p.
- BARBOSA, Christina; LOPES, Sonia; **Sustentabilidade: Gestão estratégica na prática**. Rio de Janeiro: Brasport, 2018. 232 p.
- BORGER, Fernanda G. et. al.; **Modelos e ferramentas de gestão ambiental: Desafios e perspectivas para as organizações**. São Paulo: SENAC, 2020. 358 p.
- CAMPOS, Alexandre de; GOULART, Verci D. G.; **Logística reversa integrada: Sistemas de responsabilidade pós-consumo aplicados ao ciclo de vida dos produtos**. São Paulo: Érica, 2017. 184 p.



V Seminário de Pesquisa e Iniciação Científica UBM

CRUZ, Augusto; **Introdução ao ESG: Meio ambiente, social e governança corporativa**. 1ª ed. São Paulo: Scortecci, 2022. 160 p.

DAL FORNO, Marlise A. R.; **Fundamentos em gestão ambiental**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. 86 p.

WEETMAN, Catherine; **Economia Circular: Conceitos e estratégias para fazer negócios de forma mais inteligente, sustentável e lucrativa**. 1ª ed. São Paulo: Autêntica Business, 2019. 603 p.

<<https://www.socialbauru.com.br/2018/11/21/segundo-onibus-eletrico-de-bauru/>> Acessado em 12/08/2022.

<<https://terracoeeconomico.com.br/economia-circular-por-que-importa-e-onde-nos-levara/>> Acessado em 12/08/2022.

<<https://maplink.global/blog/tipos-logistica-reversa/>> Acessado em 12/08/2022.