



PROJETO DE EXTENSÃO

2021

UNifeob

| ESCOLA DE NEGÓCIOS

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS

CIÊNCIAS CONTÁBEIS E CIÊNCIAS ECONÔMICAS

PROJETO DE EXTENSÃO

WI7H

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
NOVEMBRO, 2021

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO OCTÁVIO
BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS

CIÊNCIAS CONTÁBEIS E CIÊNCIAS ECONÔMICAS

PROJETO DE EXTENSÃO

WI7H

MÓDULO SUSTENTABILIDADE

Comunicação, Expressão e Metodologia Científica – Prof. Renata E. de Alencar Marcondes

Comportamento Humano nas Organizações – Prof. Marcio Ângelo Menardi

Ética e Sociedade – Prof. José Marcio Carioca

Desenvolvimento Sustentável – Prof. Celso Antunes de Almeida Filho

Projeto de Sustentabilidade - Prof. Renata E. de Alencar Marcondes

Alunos:

Danilo da Silva Pereira, RA 21001064;

João Gabriel Sardeli, RA 21001011;

Lucas Azeredo Picinato, RA 21001062;

Pedro Henrique Martins Dallacqua, RA 21000745;

João Paulo Bruno, RA 21001177;

Mentor:

João Victor Morgado Ferreira, RA 21000118;

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
NOVEMBRO, 2021

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3 METODOLOGIA	7
3.1 CULTURA ESG	7
3.1.1 O ESG NA PRÁTICA	7
3.1.2 A CULTURA ESG NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS	8
3.1.2.1 Aplicação do ESG nas PME's	9
3.1.3 BENEFÍCIOS DA ADOÇÃO DOS PRINCÍPIOS ESG	9
3.2 SISTEMA B BRASIL	10
3.2.1 O SISTEMA B E A SUSTENTABILIDADE	11
3.2.2 POR QUE SER UMA EMPRESA B	11
3.2.3 CERTIFICAÇÃO	12
4 RESULTADOS	15
5 CONCLUSÃO	17
REFERÊNCIA	18

1 INTRODUÇÃO

Este Projeto de Consultoria Empresarial no 2º módulo tem como finalidade a análise e o auxílio para a empresa Wi7h na prática de métodos mais eficientes, ecologicamente corretos e éticos nos meios de produção e atuação. E a partir disso, aplicar os conhecimentos adquiridos em cada unidade de estudo para que possa apresentar à empresa. Com isso o empresário terá a oportunidade de aderir estratégias desenvolvidas pelo grupo a fim de alcançar um crescimento sustentável e positivo.

A partir dos conhecimentos adquiridos nas unidades de estudo, foi possível realizar um levantamento da importância da implantação das metodologias dentro da empresa e como determinadas práticas tendem a influenciar no desenvolvimento da organização.

O projeto auxilia na adoção de medidas socioambientais, desempenhando atividades inovadoras, não rotineiras e que possam contribuir para o bem do meio ambiente e da sociedade. É um conjunto de grandes escolhas que orientam o gerenciamento atual e a construção de uma visão de longo prazo sob condições de incerteza.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A startup, sob o nome fantasia Wi7h, fundada por Eduardo Marques, CNPJ 19.881.867/0001-21, cuja sede localiza-se na Av. Dona Gertrudes, 273, Centro, São João da Boa Vista - SP.

A organização foi fundada em 2009, criando uma solução de programa de fidelidade para o varejo físico e digital. Utilizando da inteligência artificial para criar a melhor experiência de compra e venda entre empresa e consumidor.

A Wi7h é uma empresa de tecnologia que trabalha com desenvolvimento de software e aplicações, desenvolvendo websites, lojas virtuais e consultoria de marketing. Seus clientes são empresas que necessitam da tecnologia e criatividade para *jobs* de software, aplicativos, *social media*, *website*, *e-commerce* e integração com *marketplaces*. Além de trabalhar com design, fotografia e vídeo, potencializando a sua marca.

Especializados em desenvolver soluções personalizadas para demais empresas e usamos toda criatividade, tecnologia e inovação para atender as necessidades de cada cliente. “Um trabalho de parceria, para proporcionar a melhor experiência em tecnologia e entregar o mais moderno cenário digital”.

3 METODOLOGIA

3.1 CULTURA ESG

A cultura ESG é um conjunto de padrões e boas práticas que visam definir se as operações de uma empresa são socialmente consciente, sustentável e corretamente gerenciada, refere-se a práticas empresariais e de investimento que se preocupam com os critérios de sustentabilidade, e não somente com o capital.

A sigla ESG reúne três pilares: “*Environmental, Social and Governance*”, que podem ser traduzidos como Ambiental, Social e Governança. A prática de ESG mostra uma grande mudança de norma nas relações entre empresas e seus investidores, até porque ações relacionadas à sustentabilidade tornaram a ser utilizada como estratégia financeira nas empresas. Segundo Morgan, “Você tem o poder de mudar o mundo com os seus investimentos”, é evidente que tal prática está cada vez mais em alta, pois o investimento em ESG representa o desenvolvimento sustentável e investimento socialmente responsável.

3.1.1 O ESG NA PRÁTICA

A agenda ESG promove nas organizações uma maior atuação em práticas mais responsáveis e sustentáveis hoje, para se manterem competitivas e prósperas no amanhã. Dessa forma, essa prática tem recebido uma atenção especial no mundo corporativo por indicar negócios sólidos e que levam em conta os critérios de sustentabilidade. A sigla faz também referência à avaliação do impacto das organizações além da dimensão econômica, mas também nas dimensões social e ambiental.

A análise do ESG é capaz de determinar como a organização se posiciona em relação ao planeta e a sociedade em que atua, afinal, uma operação deve ser responsável e sustentável.

O indicador ambiental “E” analisa como a empresa atua na prática em relação aos problemas ambientais e de qualidade de negócio. Incluem políticas e a capacidade de mitigar risco. Os indicadores sociais “S” também são muito importantes entre as práticas de ESG. Examinam como a empresa gerencia relacionamentos com seus diferentes públicos nas geografias onde atua (colaboradores, fornecedores, clientes e comunidades). Contemplam as visões e práticas sobre diversidade, direitos humanos e defesa do consumidor. Nos indicadores de governança “G” abrange as esferas de liderança da empresa, remuneração executiva, processo de sucessão, ambiente de controle (riscos e compliance), funções de garantia e direitos de acionistas e demais *stakeholders*.

Dentro do conjunto de práticas importantes do ESG estão às três principais, que se referem à sigla:

E – *Environmental* (ambiental): avalia o uso dos recursos naturais, energia e descarte de forma sustentável e integrada aos processos produtivos;

S – Social: reafirma política de direitos humanos e redefine políticas de condições de trabalho, diversidade, saúde e segurança, desenvolvimento e promoção dos colaboradores. Integra políticas junto aos fornecedores e desenvolve as comunidades locais.

G – *Governance* (governança): redefine a composição e independência do conselho de administração, a gestão de riscos, os mecanismos de ética, transparência, anticorrupção e diversidade. Direciona a integração das práticas ESG da estratégia à operação para a geração do valor sustentável e compartilhado para a organização, meio ambiente e sociedade.

3.1.2 A CULTURA ESG NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Tendo em vista que as Pequenas e Médias Empresas (PME's) representam o maior volume de corporações mundialmente, torna-se extremamente necessário realizar um esforço coletivo na execução das melhores práticas para garantir um futuro melhor e justo para a sociedade e o meio ambiente. Sem isso, é provável que daqui a algumas centenas de anos – ou mesmo décadas – os nossos descendentes não consigam viver com os recursos que a natureza ou a economia irá dispor.

Sabe-se que colocar o ESG em ação nas pequenas e médias empresas nem sempre é uma prática de fácil adoção. Ele exige mudança de pensamento, planejamento e tomadas de decisões que nem sempre são fáceis para os empresários e para as organizações. Uma vez que a mão de obra e os insumos costumam ser um pouco mais limitados nesses modelos de negócio, então se readequar pode parecer muito complexo ou custoso.

3.1.2.1 Aplicação do ESG nas PME's

Certamente, o tempo e o dinheiro são as maiores dificuldades para os gestores das pequenas e médias empresas. A prática de ESG exige esforço, conhecimento e um plano de ação claro para que a nova estruturação, de fato, aconteça.

Atender aos requisitos do ESG, além de impactar positivamente para a marca, perante os consumidores e potenciais colaboradores e talentos, estas práticas também trazem ganhos indiretos para a empresa, pois investidores, bancos e até a sociedade passam a ter sua atenção voltada para o empreendimento, uma vez que pensar ESG não significa agir somente dentro da empresa.

Contudo, os ajustes devem ser feitos em prol da mudança e, a conformidade não precisa ser feita da noite para o dia, são passos que podem ser realizados de forma gradual, até que o ESG nas PMEs se torne completamente reconhecido. Trace um plano que seja realizável e comece a movimentar as pessoas para a sua causa, divulgando depois de um tempo o quanto as mudanças foram positivas para todos.

3.1.3 BENEFÍCIOS DA ADOÇÃO DOS PRINCÍPIOS ESG

As vantagens das empresas que adotam o ESG podem ser inúmeras e em diversas frentes, indo além da competitividade, sendo assim, as empresas que adotam esses princípios têm como benefícios:

1. Construção de uma marca corporativa mais forte, com potencial maior de ganho de valor de mercado, e engajada com a promoção do desempenho sustentável;
2. Promoção de padrões mais rígidos de controle e de conformidade sobre o tema, estabelecendo referências para seu ramo de atuação e sociedade;

3. Melhoria da retenção e satisfação de talentos ao fortalecer o propósito social e alinhamento dos valores da empresa com os de seus colaboradores e sociedade;

4. Garante a fidelidade do consumidor/cliente e fortalece a imagem positiva da organização;

5. Potencializa o aumento de receita de clientes que se preocupam com questões ESG, e possibilita a redução de custos e desperdício via melhor gestão de recursos naturais;

6. Identifica oportunidades estratégicas, possibilita a mitigação de riscos, além de aumentar a resiliência da companhia frente aos desafios socioeconômicos e ambientais;

7. Melhoria da qualidade das decisões e eficiência dos processos;

8. Redução das intervenções regulatórias e legais, já que as empresas buscam o *compliance* e transparência para garantir processos justos que atendam à legislação;

Portanto, implantar ESG em uma empresa é essencial para que ela torne os empreendimentos mais inovadores, mostrando-se comprometida, colaborando com uma agenda sustentável e reduzindo os custos de desperdícios no meio empresarial.

3.2 SISTEMA B BRASIL

O Sistema B Brasil é um movimento global que alia o lucro com a preocupação socioambiental - “B” vem da palavra inglesa “benefit”, que se refere aos benefícios sociais que as empresas podem oferecer. Através dos produtos e serviços que vendem, as empresas utilizam seu poder de mercado para solucionar algum tema social e ambiental. A proposta do Sistema B é através de uma comunidade de líderes, utilizarem os seus negócios para a construção de um sistema econômico mais inclusivo, equitativo e regenerativo para as pessoas e para o planeta. O valor é medido a partir do bem-estar das pessoas, sociedades e do meio ambiente.

O principal benefício de uma Empresa B é o engajamento. O que se espera é que as empresas empoderem e liderem esse movimento. Sempre havendo comunicação,

fazendo negócios entre si e, assim, gerando benefícios tanto para elas como para a sociedade, segundo Bonazzi (2014), funcionária da organização Sistema B no Brasil.

3.2.1 O SISTEMA B E A SUSTENTABILIDADE

As Empresas B são um novo tipo de negócio que equilibra propósito e lucro, considerando o impacto de suas decisões em seus trabalhadores, clientes, fornecedores, comunidade e meio ambiente. São empresas que buscam ser melhor “PARA” o mundo e não apenas as melhores “DO” mundo.

Essa certificação apresenta para as organizações uma forma mais sustentável de atuação, buscando dentro do funcionamento das companhias quais as alternativas mais flexíveis de operação. Desde apoiar a qualificação dos fornecedores locais, até apoiar comunidades menos favorecidas a estruturarem seus próprios pequenos negócios.

Fazer com que as empresas tenham seu papel de planejamento e estruturação de estratégias territoriais de atuação, é um dos principais focos, buscando cada vez mais incluir as comunidades nos negócios das grandes empresas, fazendo com que elas possam reduzir sua pegada e também contribuir para a diminuição da desigualdade social. Uma empresa é certificada como B se ela causa melhores impactos tanto sociais quanto ambientais.

3.2.2 POR QUE SER UMA EMPRESA B

Ao se certificar como Empresa B, a marca tem um reconhecimento de um terceiro que aquilo que ela diz que faz realmente funciona. Por isso, assume uma postura de transparência na comunicação das suas ações.

Como afirma Fukayama (2012), cofundador e diretor executivo do Sistema B Brasil, o B Lab,

uma empresa de uma nova economia gera impacto positivo na natureza do seu negócio. Isso traz uma oportunidade de redefinir o papel das empresas na sociedade. Elas podem resolver problemas sociais e ambientais ao mesmo tempo em que têm modelos de negócios sustentáveis financeiramente e lucrativos também, além de serem grandes agentes de mudança, que vão trazer soluções não governamentais para problemas.

Assim, ao entrar na rede de empresas B, é possível trocar experiências, observando de perto como trazer mais resultados e boas práticas para os seus negócios. Além disso, é possível gerar negócios e ter acesso ao que há de melhor em uma gestão focada em ser uma empresa melhor para o mundo.

Algumas das vantagens para sua empresa são: gerar visibilidade positiva da marca; atrair novos clientes, investidores e colaboradores; ter transparência e melhoria contínua nos processos; transmitir credibilidade; e atrair talentos excepcionais e que compartilham com os mesmos ideais da marca.

3.2.3 CERTIFICAÇÃO

Para emissão do certificado, as empresas são avaliadas em cinco áreas principais: trabalhadores; clientes; comunidade (fornecedores/distribuidores); meio ambiente; e governança (transparência).

É importante ressaltar que as empresas que são certificadas pela B Lab não são perfeitas, entretanto assumem um compromisso de buscar de forma contínua a melhoria de seus processos e diminuir os impactos socioambientais gerados por seus produtos ou serviços.

Sendo assim, para se tornar uma empresa B, a organização deve seguir uma série de passos:

1. Conclua a avaliação de impacto B: para se tornar um B Corp, você deve preencher a Avaliação de Impacto B. Trata-se de uma ferramenta gratuita e confidencial, desenvolvida para ajudá-lo a medir e gerenciar o impacto positivo de sua empresa em relação aos trabalhadores, comunidade, consumidores e meio ambiente. Esta ferramenta inclui uma análise detalhada de como sua empresa interage com seus públicos de interesse: governo, trabalhadores, clientes, comunidade e meio ambiente.

2. Questionário de divulgação e setores controversos: Além de preencher a Avaliação de Impacto B, a empresa deve declarar a relação que mantém com setores ou práticas controversas ou negativas. O Questionário de Divulgação permite que a empresa compartilhe com o B Lab de forma confidencial qualquer prática sensível, penalidades ou sanções recebidas pela empresa ou seus parceiros.

3. Enviando Avaliação de Impacto B para revisão: Concluída a Avaliação de Impacto B, a empresa deve obter uma pontuação de no mínimo 80 pontos para enviar sua avaliação para análise e, assim, iniciar formalmente o processo de certificação.

4. Análise de elegibilidade: Nesta etapa, o Sistema B confirma que a empresa cumpriu os requisitos básicos para fundamentar a Certificação de Empresa B e os requisitos adicionais dependendo das características da Empresa.

5. Pagamento inicial: Finalizada esta primeira etapa denominada Elegibilidade Inicial (também conhecida como Diagnóstico), a empresa deverá efetuar o Pagamento Inicial para iniciar formalmente o processo de Certificação. Este pagamento inicial não reembolsável corresponde a 30% da taxa anual de certificação, avaliada de acordo com o faturamento anual da empresa.

6. Verificação: Após concluir a Avaliação de Impacto B, tendo alcançado 80 pontos ou mais, a empresa pode solicitar o processo de certificação. Se após a verificação, a empresa permanecer com, pelo menos, 80 pontos, ela é considerada apta a ser uma Empresa B Certificada mediante o pagamento dos 70% restantes da taxa de certificação e assinatura do Termo de Interdependência com o Movimento B.

Caso tenha sua pontuação reduzida para menos de 80 pontos, a empresa entrará em um “Período de Melhorias”, e terá até 3 meses para trabalhar na implementação de práticas e processos que possam levá-la novamente a atingir, pelo menos, a pontuação mínima, retornando a etapa de “Verificação”. Durante esse período, a Avaliação de Impacto B (BIA) é reaberta à empresa.

7. Taxa anual: O custo da certificação deve ser pago anualmente e varia de acordo com o faturamento anual da empresa. Após a conclusão do processo e obtenção da certificação, os restantes 70% da taxa são pagos conforme estabelecido no início do processo;

8. Cumpra os requisitos legais de uma Empresa B: Para se tornar uma Empresa B sua organização deve se comprometer com a inclusão de duas Cláusulas B em seu contrato social. As Cláusulas B asseguram o compromisso da empresa de ir além de seus interesses financeiros e econômicos na tomada de decisões estratégicas, assumindo responsabilidades e protegendo a sua missão diante de questões sociais e ambientais ligadas à sua operação.

A avaliação B deve ser realizada a cada 3 anos para manter a certificação vigente. A recertificação assegura que as empresas já certificadas estão cumprindo com o propósito de melhoria contínua.

4 RESULTADOS

Ao final do projeto e com as pesquisas realizadas, obteve-se como resultado esperado, que a empresa Wi7h ganhe notoriedade nas práticas ESG e na aplicação do Sistema B, se tornando uma empresa com ambições socioambientais, criando comunicação e parcerias com empresas que sigam esses ideais e ganhando engajamento dos acionistas, funcionários e clientes, uma vez que atualmente os interesses estão voltados às boas práticas exercidas pela empresa e os acionistas estão apostando nas empresas que adotam as práticas ESG, compreendendo que essas organizações estão preocupadas com o futuro e assuntos relacionados à responsabilidade com o meio ambiente, empatia, diversidade e crescimento sustentável.

Diante do cenário apresentado, com foco nas práticas sustentáveis, tais práticas podem (devem) ser aplicadas na organização, lembrando que pensar ESG não significa agir somente dentro da empresa:

No indicador ambiental “E”, a empresa pode implantar lixeiras para separar resíduos sólidos, secos e úmidos; pode implantar (ser) um ponto de coleta de lixos eletrônicos e baterias usadas; adotar tecnologias para economia de água e de energia na própria empresa, ou seja, práticas internas ou externas à empresa que contribuam com o meio ambiente e/ou melhorem a educação ambiental.

Quanto ao indicador social “S”, pode desenvolver um software gratuito de aproximação das pessoas que querem colaborar com as entidades com fins sociais, desenvolver uma plataforma onde as pessoas encontrem como e a quem ajudar, elaborar um software de combate à fome na cidade; implantar um processo de auxílio para o desenvolvimento dos próprios empregados (bolsas), ou seja, ações que melhorem a vida da comunidade interna e externa da organização, a curto e longo prazo.

Por fim, no indicador de governança “G”, implantar um código de ética e conduta com compromissos da própria empresa (fiscais, trabalhistas, contra o assédio, contra a discriminação) e com comportamentos exigidos aos empregados (respeito mútuo, respeito com os bens e valores da empresa, respeito à liberdade e à vida).

Contudo, uma boa prática, também, é discutir com os colaboradores da empresa para sensibilizá-los, desenvolver discussões internas, descobrir potenciais e interesses e motivá-los para iniciar uma cultura ESG. Há, sim, formas relativamente simples de implementar melhorias e tornar a empresa mais politicamente correta – mesmo que gradativamente.

5 CONCLUSÃO

Diante das informações abordadas e dos anseios apresentados pelo empresário da W7, é perceptível que o novo marketing é mais do que apenas vendas. A empresa precisa ter visão e posicionamento frente ao mundo. Precisa ser inserida, respeitada e auxiliada no desenvolvimento social e ambiental.

Embora o conceito de desenvolvimento sustentável não seja novo, as empresas que apostam em projetos ESG como responsabilidade ambiental, gestão ética e tratamento justo dos trabalhadores podem aumentar muito a lealdade dos funcionários, agregar valor para o consumidor e marca. Inserir o trabalho, a estratégia e os relatórios ESG na estratégia de negócios e a comunicação por meio do marketing pode garantir a longevidade da empresa. No longo prazo, apostar na comunicação de ações ESG não só criará uma vantagem competitiva sobre outras empresas, mas também tornará sua marca socialmente relevante. A melhoria do ambiente de trabalho, a diversidade de técnicos, o ambiente e os cargos de justiça também produzirão resultados interessantes em termos de números.

Pensando no marketing como um departamento estratégico para entender que os insights dessa área podem amplificar os resultados, sugere-se a criação de comitês que incluam diretores e lideranças de diferentes áreas para garantir a participação. Dessa forma, em todos os microambientes corporativos, palestrantes e comunicadores da cultura ESG coordenarão questões estratégicas de maneira consistente, observando as mudanças do mercado, e criando soluções financeiras e sociais mais sustentáveis para a organização.

Portanto, é imprescindível que pontos positivos e negativos da empresa sejam levados em consideração para que possam ser adotadas as práticas necessárias que levem a empresa ao desenvolvimento e crescimento sustentável.

REFERÊNCIA

BONAZZI, Paula. **Conheça o Sistema B: um movimento de empresas onde o lucro anda junto com os benefícios sociais.** DRAFT, 2014. Disponível em: <https://www.projetedraft.com/conheca-o-sistema-b>. Acesso em: 27 set. 2021.

CASHME. **O que são empresas B? Entenda como funciona a certificação.** 2020. Disponível em: <https://www.cashme.com.br/blog/empresas-b/>. Acesso em: 23 set. 2021.

CASTGROUP. **O que é ESG e como implementar nas PMEs.** 2021. Disponível em: <https://www.castgroup.com.br/blog/o-que-e-esg-e-como-implementar-nas-pmes/>. Acesso em: 23 set. 2021.

FUKAYAMA, Marcel. **O que é Sistema B?** GIFE, 2018. Disponível em: <https://gife.org.br/sistema-b-reune-empresas-que-aliam-lucro-a-preocupacao-socioambiental/>. Acesso em: 16 set. 2021.

GIFE. **Sistema B reúne empresas que aliam lucro a preocupação socioambiental.** 2018. Disponível em: <https://gife.org.br/sistema-b-reune-empresas-que-aliam-lucro-a-preocupacao-socioambiental/>. Acesso em: 27 set. 2021.

ICTS PROTIVITI. **Princípios ESG.** Disponível em: <https://www.protiviti.com/BR-por/performance-empresarial/principios-esg>. Acesso em: 09 set. 2021.

INCENTIVE.ME. **“Sistema B: como ser uma empresa melhor para o mundo?”.** 2021. Disponível em: <https://blog.incentiv.me/2021/06/25/>. Acesso em: 06 out. 2021.

MORGAN, John Pierpont. **Para uma nova ordem global: O poder de transformar o mundo e os investimentos ESG em infraestrutura.** Portal Migalhas, 2021. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/340787/poder-de-transformar-o-mundo-e-os-investimentos-esg-em-infraestrutura>. Acesso em: 27 set. 2021.

SARAIVA, Mariana. **Como implementar ESG nas médias empresas.** Mid by Falconi. Disponível em: <https://midfalconi.com/esg-o-que-e/>. Acesso em: 10 set. 2021.

SISTEMA B BRASIL. **Sobre o movimento B.** Disponível em:
<https://www.sistemabrasil.org/>. Acesso em: 08 out. 2021.