



Encontro Internacional sobre Gestão
Empresarial e Meio Ambiente

ISSN: 2359-1048
Dezembro 2016

Práticas sustentáveis de uma microempresa familiar do setor de Foodservice: um estudo de caso no interior do estado de São Paulo

RAFAEL TONIOLO DA ROCHA
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
rafaeltoniolodarocha@gmail.com

KARINA MUNARI PAGAN
karinapagan41@yahoo.com

NATÁLIA MUNARI PAGAN
nataliapagan47@yahoo.com

GABRIELA LEMOS REIS FIGUEIREDO QUERINO
gabilemosreis@hotmail.com

LEANDRO RODRIGUES
lrlero@gmail.com

Práticas sustentáveis de uma microempresa familiar do setor de Foodservice: um estudo de caso no interior do estado de São Paulo

RESUMO

A degradação ambiental e social tem se intensificado nas últimas décadas em decorrência do crescimento econômico desordenado que põe em risco toda humanidade. Diante disto as empresas passam a ter um papel fundamental para a reversão deste quadro, contudo poucos estudos estão voltados para a adoção de práticas sustentáveis em empresas, principalmente as de pequeno porte. Desta forma, o artigo realiza um estudo de caso de uma microempresa familiar do setor de Foodservice localizada no interior de São Paulo para identificar tais práticas. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista semiestruturada e por meio de visita técnica a organização. As práticas sustentáveis observadas foram: coleta seletiva de lixo, consciência de aproveitamento integral dos alimentos, utilização de lâmpadas leds, logística reversa empregada ao óleo utilizado, transporte eficiente e organizado para a entrega das marmitas. Observou-se uma maior necessidade de gestão eficiente de recurso em relação a energia empregada, ao consumo de água, a não priorização da agricultura familiar e a práticas de sua cadeia produtiva. Constatou-se que a maior dificuldade da organização está na falta de apoio e incentivo dos vários agentes. Este estudo contribui para o avanço das pesquisas da área, especificamente no setor de Foodservice.

Palavras chaves: Sustentabilidade, Microempresa, Foodservice.

Sustainable practices of a family microenterprise Foodservice industry: a case study in the state of São Paulo

ABSTRACT

The environmental and social degradation has intensified in recent decades as a result of disorderly economic growth that threatens all humanity. In view of this the companies will play a key role in reversing this situation, yet few studies have focused on the adoption of sustainable practices in companies, mainly small pot. Thus, the article presents a case study of a family microenterprise Foodservice sector located in São Paulo to identify such practices. Data collection was conducted through semi-structured interviews and through the organization technical visit. Sustainable practices observed were: garbage collection, full use of awareness of food, use of LED lamps, reverse logistics used the oil used, efficient transport and arranged for the delivery of lunch boxes. There was a greater need for resource efficient management in relation to energy used, the consumption of water, no prioritization of family farming and the practices of its production chain. It was found that the greatest difficulty of the organization is the lack of support and encouragement of the various actors. This study contributes to the advancement of research in the area, specifically in the Foodservice sector.

Keywords: Sustainability, Microenterprise, Foodservice.

INTRODUÇÃO

A esperança de que o futuro traria desenvolvimento já é questionada por conta das ameaças à vida de algumas espécies e a saúde do planeta. Se levados em consideração os níveis de consumo nos países mais desenvolvidos como um valor comum a toda a população, seriam necessários aproximadamente quatro planetas como o nosso para conseguir fornecer os recursos, de acordo com estimativas da ONU (UNFPA, 2011).

Tendo como base este contexto o presente trabalho tem como objetivo realizar um estudo de caso numa microempresa familiar do setor de Foodservice localizada no interior do estado de São Paulo a fim de identificar as práticas sustentáveis adotadas pela organização.

Justifica-se a importância deste trabalho dado a relevância das empresas de pequeno porte no cenário brasileiro. Dados divulgados pelo Sebrae (2014) e pesquisa realizada pelo IBPT (2013) apontam que: as micro e pequenas empresas (MPEs) contribuem com mais de 25% do PIB do país; são responsáveis pela geração de mais da metade dos empregos com carteira assinada no país; e 87% delas encerram suas atividades com até 20 anos. Por essas razões, é muito importante investir em estudos que possam contribuir com a redução destes índices negativos.

A pesquisa foi desenvolvida na forma de estudo de caso, por ter como fonte de informações e foco da aplicabilidade uma empresa específica. De acordo com Gil (2010, p.38), esta tipologia de estudo é bastante utilizada nas ciências sociais quando se tem como propósito “explorar situações da vida real” [...] “preservar o caráter unitário do objeto estudado” e “descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação”. A coleta de dados se deu por meio de entrevista semiestruturada com um dos administradores e visita técnica à organização, ambas realizadas no mês de agosto de 2016.

A estrutura do trabalho é composta por introdução, revisão bibliográfica, metodologia, estudo de caso e considerações finais.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A revisão bibliográfica aborda o tema do desenvolvimento sustentável e o setor de alimentação, especificamente relacionado ao setor de alimentação fora de casa, também denominado Foodservice.

Desenvolvimento sustentável

A esperança de que o futuro traria desenvolvimento, agora já é questionada por conta das ameaças à vida de algumas espécies no planeta nos próximos anos. Se levados em consideração os níveis de consumo nos países mais desenvolvidos como um valor comum a toda a população, seriam necessários aproximadamente quatro planetas como o nosso para conseguir fornecer os recursos, de acordo com estimativas da ONU (UNFPA, 2011).

Ainda, segundo o organismo da ONU, Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA), o marco dos sete bilhões vem assinalado por vitórias, revezes e paradoxos. Embora as mulheres estejam tendo, em média, menos filhos que na década de 1960, os números continuam a crescer. Em alguns países, altas taxas de fecundidade dificultam o desenvolvimento e perpetuam a pobreza, enquanto em alguns dos mais ricos os baixos níveis de fecundidade e a reduzida quantidade de pessoas que ingressam no mercado de trabalho levantam preocupações sobre as perspectivas de crescimento econômico sustentável e sobre a viabilidade dos sistemas previdenciários.

Neste contexto, surge cada vez com mais ênfase assuntos relacionados à sustentabilidade, seja por parte de estudiosos acerca do tema, da população em geral, como também das empresas buscando melhor competitividade. No que tange as empresas, estas tem um papel fundamental, uma vez que a atividade produtiva tem a maior capacidade de afetar os sistemas naturais e sociais. Deve partir das mesmas também uma mudança na estrutura produtiva, de forma que exista um comprometimento maior com a conservação da biodiversidade e do meio ambiente.

As empresas estão sofrendo as pressões sociais e as restrições legais reivindicam o compromisso socioambiental. Para se adequarem então, passam a se reestruturar e elaborar novas formas para reduzir seu impacto na natureza e garantir uma melhora na imagem frente a sua responsabilidade social. Nesta visão, busca-se modelar uma nova realidade, reconsiderando a utilização dos recursos naturais buscando extrair vantagem competitiva através do uso de tecnologias mais limpas em prol da sustentabilidade. Ainda que importante ferramenta estratégica, a utilização da sustentabilidade como vantagem competitiva é pouco utilizada, em especial nas micro e pequenas empresas (GOULART, 2006).

Para compreender uma organização sustentável, é preciso a priori conhecer a nomenclatura dos termos relacionados à sustentabilidade, bem como suas características fundamentais, de modo que o estudo mais profundo possa ser mais bem caracterizado com o termo referente.

Para entender este tema, é preciso buscar a definição do seu significado e origem. Sustentabilidade vem do latim *sustentare* que significa sustentar, suportar, conservar em bom estado, manter, resistir. Nos dicionários em português, sustentar significa impedir a ruína, resistir, manter, conservar a mesma posição, sustentar-se, manter o nível apropriado. Sustentável é tudo que é capaz de ser suportado, mantido (DEPONTI; ALMEIDA, 2001).

No que tange uma organização, segundo Barbieri (2004), pode-se, por exemplo, atribuir ao termo sustentável o significado de manter a sua capacidade de sobrevivência, continuar atuando no seu ramo de negócio, ou conseguir continuamente os recursos de que necessita para continuar existindo e crescendo.

A evolução do termo o transformou em cenário para as causas sociais e ambientais no mundo dos negócios, onde “empresa sustentável é aquela que gera lucro para os acionistas, ao mesmo tempo em que protege o meio ambiente e melhora a qualidade de vida das pessoas com que mantém interações.” (SAVITZ, 2007, p.2).

O setor de Foodservice no Brasil

De acordo com o Instituto Food Service Brasil (IFB, 2014), Foodservice, do inglês food = alimento, service = serviço, é o mercado que engloba toda alimentação realizada fora do lar e a aquisição de alimentos prontos - como produtos congelados e comidas entregues via delivery. É o segmento onde o alimento é processado para que, ao final da cadeia produtiva, venha a ser consumido dentro ou fora do lar. São as refeições feitas no local de trabalho, no local de lazer, em um hotel ou até mesmo em um hospital, ou ainda consumidas em residências, mas preparadas em restaurantes, empresas de produtos congelados, entre outras organizações.

O setor de *Food Services* vem apresentando um nível crescente de consumo e uma participação cada vez mais expressiva na economia brasileira, representando 2,7% do PIB do país em 2015 segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL, 2016). Pesquisas mostram que este setor congrega cerca de 1,2 milhão de pontos de venda, dos mais diversos portes e gêneros, espalhados por mais de 6 mil municípios em todo o território nacional, e é considerado o maior empregador do país, responsável por 8% dos empregos

diretos, o equivalente a quase 6 milhões de pessoas. No que diz respeito à geração de empregos, o *foodservice* possui características muito interessantes: além de empregar em grande escala, é o que mais promove ascensão socioeconômica (é muito comum o atual patrão ser um antigo funcionário) e inclusão social, pois emprega minorias como negros e pardos, mulheres e, especialmente, mão de obra pouco qualificada.

No contexto atual de crise econômica, o setor de alimentação fora do lar no Brasil parece não sofrer os impactos dessas turbulências, apresentando um nível crescente de consumo e uma participação cada vez mais expressiva na economia brasileira, pois encontra-se entre os sete setores que mais geram emprego, estando à frente do comércio, por exemplo. No segmento dos serviços, o setor de alimentação representa 61,2% do total deste segmento, sendo responsável pela maior parte da receita operacional líquida (R\$ 88 bilhões, ou 65,1%), ocupação de pessoal (1,69 milhões de pessoas, ou 62,3%) e massa de salários, retiradas e outras remunerações (R\$ 19,7 bilhões, ou 60,1%) (IBGE, 2013).

Segundo o Instituto Food Service Brasil (IFB, 2014), o mercado brasileiro de *foodservice* é bastante fragmentado, onde mais de 80% dos estabelecimentos são independentes; se somarmos a este percentual também os estabelecimentos que compõem redes pequenas de até 5 estabelecimentos), chegamos a 93% dos estabelecimentos caracterizados por empreendimentos familiares e de pequeno porte. Outro fato importante no mesmo sentido é a predominância de estabelecimentos com faturamento bastante pequeno, sendo que 64% deles tem faturamento mensal abaixo de R\$ 50 mil. Quanto ao consumo e ao consumidor brasileiro, vemos que ele vem consistentemente alocando cada vez mais peso de seu orçamento com alimentos no *Foodservice* (quase 1/3 do orçamento de alimentos é consumido fora do lar), porém, ainda estamos bem distantes de padrões americanos ou europeus.

Em que pese o mercado brasileiro ser mais “novo” e menos estabelecido do que o de outros países, o principal limitante para crescimentos mais vigorosos é o preço da refeição no Brasil; se compararmos o custo das refeições no Brasil com outros países, considerando a paridade com o poder de compra em cada local, temos aqui uma refeição custando pelo menos 20% mais cara do que para um americano, e praticamente o mesmo que um consumidor alemão paga por sua refeição, por exemplo. Como consequência, verificamos que a frequência com que o brasileiro realiza refeições fora de casa está entre as menores do mundo, com 1,3 vezes/dia, tomando apenas aqueles que afirmam ter realizado refeições fora de casa.

Yamashita (2015) ressalta ainda que a participação do *Foodservice* no gasto das famílias com alimentação saltou de 24,1% em 2002, para 33,3% em 2014. Para efeito de comparação, a presença desse segmento no mercado norte-americano é de 49%, setor esse entre os mais desenvolvidos do mundo.

É notória também a diferença da participação do *Foodservice* entre as diferentes classes sociais: enquanto as famílias de classe A gastam com alimentação fora do lar, entre 45 a 50% do seu orçamento para alimentação, as famílias de classe B, C e D gastam cerca de 35%, 25% e 20% respectivamente.

METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida na forma de estudo de caso, por ter como fonte de informações e foco da aplicabilidade uma empresa específica. De acordo com Gil (2010, p.38), esta tipologia de estudo é bastante utilizada nas ciências sociais quando se tem como propósito “explorar situações da vida real” [...] “preservar o caráter unitário do objeto estudado” e “descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação”. A coleta de dados se deu por meio de entrevista semiestruturada com um dos administradores e visita

técnica à organização, ambas realizadas no mês de agosto de 2016.

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A empresa objeto de estudo foi inaugurada em março de 2013 e atua no setor de serviços, especificamente no setor de Foodservice. Trata-se de uma marmitaria, que segundo o Sebrae (2014), se enquadra na categoria de microempresa considerado o número de funcionários da organização, composta por 7 colaboradores membros da família. Para o setor de serviços é considerado microempresa uma organização que possui menos de 9 funcionários ou apresente faturamento anual inferior a R\$ 360 mil.

As famílias proprietárias possuem grande experiência no setor de alimentação. Antes de inaugurarem a marmitaria, eram oferecidos refeições coletivas no período do café da manhã, almoço e janta, de forma que os funcionários trabalhavam das 3 às 20 horas para atender a demanda de forma satisfatória. Entretanto, como a jornada de trabalho era muito extensa optaram por oferecer apenas a refeição do almoço e jantar num novo restaurante.

A nova empresa surgiu em dezembro de 2013 e operou por dois anos, oferecendo marmitas, marmitex e pratos. Contudo, muitos consumidores não tinham tempo de ir ao restaurante o que os motivou a inaugurar a marmitaria. A empresa atual está em operação desde março de 2016, localizada na região central de numa cidade do interior do estado de São Paulo. A jornada de trabalho foi reduzida para 8 horas diárias para atender a demanda no horário de atendimento ao público das 11 às 14 horas.

Sobre o quadro de consumidores, a empresa possui 60% de clientes fixos e vende em média 120 marmitas por dia. Os clientes são compostos por empresas e estudantes localizados na região central da cidade. A administradora da empresa afirmou que 70% dos clientes são da região central. São oferecidos quatro tipos de marmitas vendidas a R\$ 10,00, R\$ 12,00, R\$ 14,90 e R\$ 14,90 possuindo duas guarnições e uma salada. Todo dia há um prato diferente chamado prato do dia, os consumidores têm a opção de escolher um dos três tipos de grelhados: frango, calabresa ou contrafilé, além das comidas tradicionais como o arroz e feijão.

A equipe é formada por um cozinheiro que possui trinta e cinco anos de experiência, dois auxiliares de cozinha, dois administradores e dois motoqueiros. Por se tratar de uma microempresa familiar, foi destacado a característica dos funcionários atuarem em diversas tarefas que não são os responsáveis diretos.

Práticas organizacionais

Nesta seção será apresentado as práticas sustentáveis da organização. As seguintes variáveis serão analisadas: processo produtivo, gestão de energia, gestão de recursos hídricos, gestão de resíduos.

Processo produtivo

A utilização de práticas sustentáveis aliadas ao requisito da embalagem mostrou-se ser um grande desafio para esta empresa e muitas outras que operam no mercado de marmitas. De fato a utilização da embalagem possui dois efeitos: um sob a perspectiva do consumidor e outro sob a perspectiva do meio ambiente. Para o consumidor a embalagem é muito importante uma vez que esta abriga o alimento e o conserva por um determinado período. Para o meio ambiente o tipo de embalagem utilizada altera o seu processo de reciclagem e o tempo de decomposição do material da qual foi feito.

Sob a perspectiva do consumidor as marmitas de poliestireno expandido são as mais recomendáveis, uma vez que conserva mais a temperatura dos alimentos podendo manter este em uma mesma temperatura por um tempo máximo de 3 horas. Já as de alumínio conseguem manter a temperatura do alimento por um período máximo de 2 horas (TELES, 2012).

Contudo para o meio ambiente as marmitas de alumínio são mais preferíveis do que as de poliestireno expandido uma vez que o processo de reciclagem do alumínio é mais simples ao implantar um sistema automático que separa o metal ferroso e não ferroso, além disso o alumínio ocupa menos espaço ao ser reciclado pelo fato de poder ser amassado e no caso ser ambos, poliestireno expandido e alumínio, serem jogados em aterros sanitários por falta de um processo de reciclagem, o alumínio leva menos tempo para se decompor (KLEIN, 2013).

A empresa objeto de estudo utiliza exclusivamente embalagem de poliestireno expandido, operando muito pouco com as marmitas de andares pelo fato destas implicarem num investimento inicial maior e exigirem o acréscimo do emprego de recursos. O descarte deste material é feito pelos clientes. Deste modo, a empresa não possui um controle adequado do processo de descarte e reciclagem. Uma solução para o problema do descarte e reciclagem seria haver uma orientação, não somente por parte desta empresa, envolvendo a cadeia produtiva e políticas públicas, orientando as pessoas quanto a melhor forma de descarte e da importância da reciclagem.

Uma prática positiva da organização em relação ao seu processo produtivo consiste na conscientização e esforço para o aproveitamento integral dos alimentos, principalmente os hortifrúteis. O chefe de cozinha tem a consciência da necessidade de evitar o desperdício, tentando utilizar o máximo os alimentos, um exemplo disso é o repolho e o tomate.

Ao adquirir esses produtos, no caso do repolho, é preciso retirar as cascas. Sendo assim, para um melhor aproveitamento, são descartadas somente as cascas externas enquanto que as internas, que estão em boas condições, são utilizadas para a produção de farofas e refogados. Quanto aos tomates, da parte inferior (fundo do tomate) que geralmente vai para o lixo, aproveita-se o máximo as sobras de polpa para a produção de molhos.

Os hortifrúteis são fornecidos através dos CEASA, as segundas, quartas e sextas-feiras, principalmente a cebola que possui uma demanda maior. Na terça-feira, a empresa adquire os produtos na feira livre através de um pequeno fornecedor da cidade vizinha.

De acordo com Marcheto et al (2008), os resíduos dos hortifrúteis que geralmente são desprezados pelo utilizador e jogados no meio ambiente, podem ser perfeitamente reaproveitados, pois, dependendo do produto, esses resíduos contêm o mesmo, ou ainda, um maior valor nutricional. Consideram também, que uma boa escolha na hora da compra pode colaborar com a redução do desperdício, contribuindo para o reaproveitamento dos alimentos, além de contribuir com a redução dos custos e com um estilo de vida mais saudável para as pessoas.

A carne é fornecida por um açougue da cidade, tanto frango quanto a carne vermelha. A empresa tem a preocupação de comprar somente o necessário, evitando desta maneira estoques de produtos.

A quantidade mínima de refeições produzidas por dia é aproximadamente 80 refeições, portanto, é possível trabalhar de uma maneira organizada quanto a quantidade que dever ser produzida. Por haver este controle diário de produção, praticamente não existem sobras, mas, se eventualmente acontecer de sobrar algum tipo de alimento, este é consumido pelos funcionários da marmitaria, haja vista que a mesma é uma empresa composta somente por membros da família.

Conforme o site gestão de restaurantes, quem possui uma empresa deve saber que o controle é um fator de suma importância, principalmente quanto aos custos. Para um melhor

gerenciamento desses custos a empresa pode adotar algumas práticas como: adquirir os produtos de fornecedores mais próximos a fim de conseguir facilidades nas negociações e na comparação dos preços, verificar sempre o estoque antes de efetuar as compras evitando a compra de produtos desnecessários, é importante que a empresa tenha um padrão de produção a ser seguido.

Gestão de energia

Conforme entrevista com a administradora da empresa, o consumo de energia elétrica é alto, conseguindo economizar no ar-condicionado, ligando apenas em dias mais quentes e na utilização de lâmpadas de LED, que de acordo com Pio (2015), além de mais econômicas e consumir menos energia que as incandescentes produzem mais luz. São fabricadas com uma estrutura 95% reciclável, tornando o descarte mais fácil em relação às tradicionais, causando um menor impacto ao meio ambiente.

Para Bley (2012) a iluminação é uma das principais áreas onde se deve buscar a diminuição do consumo de energia. Desta forma a LED pode contribuir consideravelmente, pois possui elevada eficiência energética.

Vários fatores geram impacto no meio ambiente. Alguns desses são relacionados com a iluminação, como o consumo de energia elétrica e resíduos tóxicos. Estudos da International Energy Agency (IEA) apontam que a iluminação representa 19% dos gastos com energia elétrica em todo o mundo. Já no Brasil este valor é de 24%. Dentro destes 24%, 35% é com aplicações residenciais, 41% comerciais, 19% públicas e 5% industriais. Além disso 95% do impacto ambiental da iluminação ocorre durante a sua utilização (NOBREGA, 2011 *apud* BLEY, 2012).

Em relação ao consumo de gás natural, a empresa utiliza o P45, um botijão de 100 quilos que é trocado semanalmente, representando um consumo relevante deste recurso dado o porte da organização.

O consumo de combustível fóssil pelas motocicletas que são utilizadas para a entrega das marmitas também é uma prática interessante. A empresa organiza suas entregas por localidade, de forma que para cada região existe um horário previamente determinado, segundo a demanda de seus clientes fixos e consumidores esporádicos. Isso permite que o consumo de combustível e emissão de gases seja minimizado, além da redução do custo do transporte.

Gestão de recursos hídricos

O consumo de água é extremamente alto, pois é feita uma lavagem de todo o restaurante diariamente (coifa, azulejos, cozinha, etc). É percebido uma necessidade deste consumo elevado, porém nenhum membro da equipe pensa em um processo de reutilização de água, como montar um sistema de captação da água da chuva para a limpeza. Segundo Rotogine (2010), a demanda por água doce aumenta a cada dia, e por essa razão não deve-se descartar nenhuma fonte alternativa de água. A captação da água da chuva é um bom exemplo, se esta água for bem captada, tratada e armazenada, pode ficar disponível para utilização para os mais diversos fins.

Dentre as vantagens da reutilização da chuva, está a redução do consumo de água potável, a preservação do meio ambiente, a redução de possibilidades de alagamento urbano e a diminuição de custos.

Gestão de resíduos

O chefe da cozinha tenta reduzir o máximo possível de lixo, evitando sobras de comidas. A empresa utiliza uma política de separação do lixo, entre os orgânicos e não-orgânicos, porém no município não existe coleta seletiva, inviabilizando esta política da empresa.

Conforme Pensamento Verde (2013), a coleta seletiva é essencial para o meio ambiente e possui inúmeras vantagens, como a reciclagem de diversos tipos de materiais que seriam descartados em lixões e aterros, os resíduos são devidamente descartados e evitam a poluição do solo e lençóis freáticos, além de evitar a poluição das ruas e esgotos que podem causar enchentes e, conseqüentemente, grandes prejuízos aos cofres públicos e aos moradores das cidades.

A proposta da coleta seletiva movimentam um mercado promissor e gera renda para várias pessoas e para as empresas empenhadas nessa prática. Em favor da diminuição da poluição do solo e dos rios, bem como do acúmulo de lixo em locais inadequados, a separação dos lixos orgânicos e dos reaproveitáveis na coleta seletiva é parte fundamental nas práticas do desenvolvimento sustentável do planeta (MARQUES, 2016).

A prestação do serviço de coleta seletiva pelos municípios brasileiros têm avançado. No entanto, ainda se encontra muito aquém dos patamares necessários para efetivamente reduzir a quantidade de resíduos potencialmente recicláveis que ainda são dispostos em aterros ou lixões e os impactos decorrentes. Cabe destacar que as primeiras iniciativas no Brasil datam de 1989 e que a ausência durante mais de vinte anos de uma política nacional de resíduos sólidos e de vontade política dos administradores municipais gerou um passivo ambiental de lixões e aterros sanitários controlados. E ainda, a necessidade de construção de novos aterros em razão do esgotamento da vida útil da maioria dos existentes (JACOBI, BESEN; 2011)

A empresa utiliza óleo em grande parte na fritadeira para fazer batatas. Não há o reaproveitamento deste óleo para fazer outros alimentos pelo fato que pode haver a contaminação. O óleo utilizado que não serve mais ao processo produtivo é armazenado e recolhido por uma empresa especializada que opera com logística reversa, operacionalizando a troca por produtos de limpeza.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio as discussões e estudos emergentes para que organizações atendam as pressões por práticas sustentáveis, este estudo de caso se mostra relevante ao expor a realidade de uma microempresa de um setor que se encontra em expansão na conjuntura econômica brasileira.

Ressalta-se o longo caminho que é necessário percorrer para que as práticas sustentáveis sejam incorporadas por empresas como a que foi objeto de estudo, que apresenta práticas tradicionais com foco na estratégia de oferecer refeições com o menor custo possível, prezando pela qualidade de seu serviço/produto.

Diante das práticas apresentadas destaca-se a coleta seletiva de lixo, apesar da inexistência de coleta seletiva no município, a consciência pelo aproveitamento integral dos alimentos, a utilização de lâmpadas leds, a logística reversa empregada com óleo utilizado que é armazenado e trocado por produtos, além do transporte eficiente e organizado para a entrega das marmitas. Em relação as práticas que evidenciaram a necessidade de uma gestão mais eficiente de recursos está no alto consumo de energia empregado na manutenção de quatro refrigeradores, no alto consumo de água diário para a manutenção da cozinha limpa por conta de trabalharem com o conceito de cozinha aberta aos consumidores, o fato de não priorizarem agricultura familiar e de pequenos agricultores e por não se preocuparem com as práticas de sua

cadeia produtiva.

Cabe destacar que apesar das empresas de pequeno porte constituírem quase 99% das empresas brasileiras há poucos programas de incentivo e orientação a estas empresas, de forma que o Sebrae constitui o principal agente de apoio a elas. É necessário maior atenção dos agentes e da sociedade civil para a promoção e incentivo de práticas sustentáveis para empresas de pequeno porte.

Este estudo apresenta limitações por se tratar de um estudo de caso, de forma que não seja possível universalizar as práticas existentes, mas é útil para empresas de pequeno porte e para empreendedores que atuam ou aspiram atuarem neste setor ascendente da economia brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRASEL. **Associação Brasileira de Bares e Restaurantes**. 2016. Disponível em: <<http://www.abrasel.com.br/>>. Acesso em 22 de ago. de 2016.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BLEY, F. B. **LEDs versus Lâmpadas Convencionais Viabilizando a troca**. Revista Especialize On Line, 2012. Disponível em <<http://www.ipog.edu.br/revista-especialize-online-busca/?autor=Francis%20Bergmann%20Bley>>. Acesso em 24 de ago. de 2016.

DEPONTI, C. M; ALMEIDA J. **Indicadores para avaliação da sustentabilidade em contextos de desenvolvimento rural local**. 155 p. Monografia – UFRGS. Programa de Pós-Graduação em Economia Rural, Porto Alegre. 2001.

GESTÃO DE RESTAURANTES. **10 estratégias para o controle de custos dos alimentos**. Disponível em: < <http://gestaoderestaurantes.com.br/blog/index.php/2014/03/07/10-estrategias-para-controle-de-custos-dos-alimentos/>> Acesso em 28 de ago. 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOULART, F. A. L. **Boas práticas regulatórias e responsabilidade social: Análise da participação do setor privado no âmbito do subgrupo de trabalho nº3 do Mercosul**. Dissertação mestrado Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2006

IBGE. **Pesquisa Anual de Serviços**. Vol. 15. Rio de Janeiro, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO. **Causas de desaparecimento das micros e pequenas empresas**. 2013. Disponível em: <<https://www.ibpt.org.br/img/uploads/novelty/estudo/701/CausasDeDesaparecimentoDasMicrosEPequenasEmpresas.pdf>>. Acesso em: 01 set. 2016, 18:34.

INSTITUTO FOODSERVICE BRASIL. **Índice de desempenho Foodservice**. São Paulo, 2014.

INTERNATIONAL FOOD POLICY RESEARCH INSTITUTE. **Global Nutrition Report 2016: From Promise to Impact: Ending Malnutrition by 2030**. Washington, 2016.

JACOBI, P. R.; BESEN, G. R. **Gestão de resíduos sólidos em São Paulo: desafios da sustentabilidade**. Estudos Avançados, v. 25, n.71, jan./apr. 2011, São Paulo.

KLEIN, L.M. **Sustenta Ações**, 2013. Disponível em <http://www.sustentaacoes.com/2013/07/aluminio-ou-isopor-se-puder-escolher-coma-no-restaurant.html>

MARCHETTO, A. M. P., et al. **Avaliação das partes desperdiçadas de alimentos no setor de hortifrúti visando seu reaproveitamento**. Rev. Simbio-Logias, V.1 , n.2 , nov/2008.

PENSAMENTO VERDE. **A importância da coleta seletiva para o meio ambiente**, 2013. Disponível em <<http://www.pensamentoverde.com.br/reciclagem/a-importancia-da-coleta-seletiva-para-o-meio-ambiente/>>. Acesso em 22 de ago. de 2016.

PIO, A. **Uma luz no caminho**, 2015. Disponível em <http://www.lugarcerto.com.br/app/601,62/2015/04/23/interna_noticias,48733/lampadas-led-tem-menor-impacto-na-natureza-e-deixam-a-conta-de-luz-ate.shtml>. Acesso em 22 de ago. de 2016.

ROTOGINE. **Captação de água de chuva**, 2010. Disponível em <http://www.rotogine.com.br/site/?page_id=277>. Acesso em 22 de ago. de 2016.

SAVITZ, A. W.; WEBER, K. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental**. Tradução Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**, Brasília, 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2016, 21:05.

TELES, G. **Jornal Hoje**, 2012. Disponível em <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2012/04/quentinhas-podem-virar-foco-de-doencas-se-forem-mal-armazenadas.html>>

UNFPA, **Relatório sobre a Situação da População Mundial 2011**, disponível em: <http://www.unfpa.org.br/novo/index.php?option=com_content&view=article&id=795> acesso em: 01 jul 2016, 14:55.

YAMASHITA, E. **Panorama do Mercado de Food Service no Brasil**. 2015. Disponível em: <<http://mercadoconsumo.com.br/noticias/panorama-mercado-de-food-service-brasil/>>.