

Área: Sustentabilidade | **Tema:** Educação e Sustentabilidade

**COMPRAS SUSTENTÁVEIS: UM ESTUDO EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO OESTE
DE SANTA CATARINA**

**SUSTAINABLE PURCHASES: A STUDY IN EDUCATION INSTITUTIONS UPPER WEST OF SANTA
CATARINA**

Maria Eduarda Da Rocha Leite, Citania Aparecida Pilatti Bortoluzzi, Tiago Francisco De Camargo e

Leossania Manfroi

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo analisar as práticas de compras pelo viés da sustentabilidade em Instituições de Ensino Superior, identificando critérios e dificuldades no processo de realização das compras sustentáveis. Além disto foram apresentados os fatores internos e externos que facilitam este processo, bem como o planejamento dos gestores para futuras implementações. Além da importância da sustentabilidade empresarial e o desenvolvimento sustentável. Quanto ao método científico esta pesquisa classifica-se como dedutivo em relação a técnica utilizada se apresenta a pesquisa como descritiva com relação ao delineamento a pesquisa foi classificada como levantamento ou survey. Os instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo foram questionário, entrevista e observação. Os dados foram analisados qualitativamente. Os resultados do estudo evidenciam a falta de critérios e práticas de compras sustentáveis nas instituições observadas, constatado os fatores que dificultam o processo de realização como preços altos e baixas ofertas dos produtos. Identificou-se também que as instituições pretendem aderir estas ações futuramente específicas de compras sustentáveis e disseminar conhecimento e conscientização a comunidade que está inserida.

Palavras-Chave: Compras sustentáveis. Instituições de Ensino Superior. Sustentabilidade empresarial.

Desenvolvimento sustentável.

ABSTRACT

This research had as objective to analyze the shopping practices by the sustainability bias in Institutions of Higher Education, identifying criteria and difficulties in the process of realization of the sustainable purchases. In addition, the internal and external factors that facilitate this process were presented, as well as the planning of the managers for future implementations. In addition to the importance of corporate sustainability and sustainable development. Regarding the scientific method, this research is classified as deductive in relation to the technique used if the research is presented as descriptive in relation to the design. The research was classified as a survey or survey. The instruments of data collection used in the study were questionnaire, interview and observation. The data were analyzed qualitatively. The results of the study evidenced the lack of criteria and practices of sustainable purchases in the observed institutions, verified the factors that hinder the process of realization as high prices and low offers of the products. It was also identified that the institutions intend to join these actions in the future and disseminate knowledge and awareness to the community that is inserted.

Keywords: Sustainable procurement. Higher education institutions. Corporate sustainability. Sustainable development

COMPRAS SUSTENTÁVEIS: UM ESTUDO EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO OESTE DE SANTA CATARINA

1 INTRODUÇÃO

Gradativamente está aumentando as exigências e desafios para que as empresas realizem atitudes que desenvolva a sustentabilidade empresarial, bem como se tornem responsáveis e engajadas socialmente, e que passem a se preocupar de forma mais efetiva com questões ambientais em longo prazo (DIAS, 2011).

O setor de compras dentro das empresas é uma das áreas mais importantes, onde requer uma estratégia, planejamento, organização, direção e controle. Em épocas de crise não somente econômica bem como ambiental, a responsabilidade do gestor aumentou consideravelmente para a busca por escolhas de compras com melhor produto/serviços, menor preço e forma sustentável (CEBDS, 2014).

As compras sustentáveis visam ações e atitudes para o melhor aproveitamento de recursos evitando compras de forma desnecessária. Buscam produtos que apresentam na sua composição a redução de recursos naturais, matérias tóxicos e perigosos, maior vida útil, gerando menor quantidade de resíduos entre outros fatores (ANA, 2018).

As universidades, são consideradas como a base de pensamento e formação de opinião, desenvolvendo senso crítico e profissionais atualizados e qualificados para o ambiente de trabalho, desta forma sua responsabilidade na capacitação dos profissionais orientando também para uma sensibilização para as questões socioambientais são maiores (BARBIERI, 2004).

O objetivo do artigo é analisar as práticas de compras pelo viés da sustentabilidade em IES identificando critérios e dificuldades no processo de realização das compras sustentáveis. A presente pesquisa busca contribuir com o embasamento científico sobre o tema, além de possibilitar o desenvolvimento de futuros estudos. Ainda espera-se cooperar e propiciar melhorias em processos nas organizações estudadas.

Diante do exposto tem-se a seguinte questão problema: Como são realizadas as compras sustentáveis em IES do Oeste de Santa Catarina?

Para alcançar o objetivo proposto, este estudo está estruturado em cinco capítulos, incluindo esta seção. O segundo capítulo apresenta a contextualização da temática compras sustentáveis no âmbito acadêmico, com o propósito de dar aporte teórico ao estudo. O capítulo seguinte apresenta o método do estudo, onde são descritos os procedimentos adotados nesta pesquisa. Na sequência, é realizada a análise e a discussão dos resultados obtidos, e por fim, são apresentadas as considerações finais do estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O objetivo central do referencial teórico é apresentar a fundamentação teórica essencial ao desenvolvimento do trabalho, por meio da síntese da literatura relacionada com os diversos aspectos e autores do tema estudado. Assim, neste capítulo, serão apresentados os conceitos inicialmente de desenvolvimento sustentável e logo após será delimitado o tema sustentabilidade empresarial e compras sustentáveis.

2.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A preocupação com o meio ambiente é a assunto de debates ao longo dos anos, porém somente nas últimas décadas, os governos de diversos países, bem como a sociedade civil, passaram a ter mais preocupação e maior atenção. Para o segmento empresarial o interesse foi ainda mais recente, não somente para fins legais, mas o tema havia ganhado notoriedade na imprensa e com a comunidade (BARBIERI, 2011).

A presença de grandes indústrias nas cidades, a criação de máquinas e automatização do processo foram um grande marco histórico e econômico que é estudado até hoje nas escolas e universidades. Este pode ser considerado o maior fator da produção desgovernada. A utilização de recursos naturais sem planejamento, falta de cuidados com o meio ambiente e o desenvolvimento de cidades industriais são alguns dos pontos para a crise ambiental instaurada na atualidade (ALBUQUERQUE *et al.*, 2009).

O Brasil, nos anos 80 passou por um grande processo em busca da sustentabilidade, assim aprovou-se inúmeras leis de responsabilidade socioambiental. O setor privado teve que se enquadrar a este novo paradigma de forma estratégica a fim de melhorar sua imagem, desenvolver produtos diferenciados com o objetivo de obter vantagem competitiva a seus concorrentes (FONSECA, 2013).

O grande desenvolvimento econômico das últimas gerações levou ao esgotamento dos recursos naturais, assim por volta do ano de 1950 a preocupação com o meio ambiente fortaleceu-se, com a percepção dos problemas que estavam acontecendo e o caos que ocorreria no futuro próximo. Desta forma criou-se os primeiros movimentos ambientalistas em vários países, bem como a criação de entidades não-governamentais e governamentais de proteção ao meio ambiente (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008).

O debate e cobranças por formas e ações sustentáveis estão crescendo e desafiando não somente os órgãos públicos, bem como as empresas de formas em geral, a desenvolver-se sustentavelmente e socialmente através de seus funcionários e a comunidade em que se está inserida (DIAS, 2011).

Hoje os avanços por uma sociedade mais sustentável são barrados por alguns obstáculos como a consciência limitada da população a respeito dos modelos adotados. No século XXI começou-se a ter maior entendimento da sociedade que a cultura, as crenças, e os valores praticados no cotidiano devem ser revistos e se deve refletir sobre os riscos que apresentavam para a natureza (FGV-EAESP, 2012).

2.2 CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade é o desenvolvimento de técnicas com a finalidade de melhorar a qualidade de vida entrelaçada com os impactos ambientais, planejando e tratando em conjunto o desenvolvimento social, econômico e ao mesmo momento oferecendo proteção ao meio ambiente. Os países desenvolvidos apresentam incentivos e critérios mais rígidos sobre preservação, sendo assim um assunto constante no nicho empresarial (MEADOWS; MEADOWS; RANDERS, 1992).

Existem cinco principais fundamentos para o desenvolvimento sustentável: fundamento social com alcance de toda a sociedade, ambiental com a capacidade de entendimento dos limites que a natureza apresenta para o fornecimento e retiradas dos recursos, territorial com o balanço entre áreas urbanas e rurais, econômico com foco no desenvolvimento econômico das organizações e políticos com a busca pela democracia (SACHS, 2009).

Conforme Savitz (2007) a sustentabilidade pode ser considerada como a ação de negociar em um mundo em que empresas possam operar sem causar avarias ao ser humano e sem estragar a natureza, tratando o desenvolvimento financeiro em parceria com o desenvolvimento ambiental.

Gadotti (2008, p. 75 e 76), define sustentabilidade conforme a seguinte visão: “Para mim, a sustentabilidade é o sonho de bem viver. Sustentabilidade é equilíbrio dinâmico com o outro e com o meio ambiente, é harmonia entre os diferentes”.

O desenvolvimento sustentável visa atender as necessidades presentes no capitalismo sem comprometer as gerações futuras, buscando sempre o equilíbrio e ressaltando a importância de adotar planos de ações que promovam o desenvolvimento sustentável, planos de proteção

ambiental, integrando os objetivos econômicos, sociais e ambientais (BIDERMAN, 2008).

A ideia de ecologia e sustentabilidade é muitas vezes confundida e associada ao retrocesso, pois nos primórdios dependia-se muito da natureza, a sobrevivência se dava exclusivamente da terra e os recursos retirado dela. Com o passar do tempo e o avanço das indústrias e das tecnologias esta ideia foi se perdendo. Hoje é necessário reduzir a dívida ecológica que se acumulou ao passar dos anos, sendo assim necessário mudarmos nossas ações utilizando as novas ciências e a ênfase em biologia e biotécnicas, de forma inovadora e criativa (SACHS, 2009).

2.3 SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

Conforme Barbieri (2012) a ideia de sustentabilidade está sendo apresentada e discutida no mundo inteiro com o objetivo de construção de um mundo melhor para as futuras gerações, criando ações de desenvolvimento sem prejudicar o meio ambiente, conscientizando a população de forma em geral para estas atitudes, tornando as empresas como influência para estas ações perante a sociedade.

Para Araújo (2014), a sustentabilidade empresarial não é somente reduzir os impactos ambientais, como também significa que suas ações e decisões devem atingir aspectos políticos, econômicos, sociais, culturais entre outros.

Conforme Savitz (2007), a sustentabilidade nas organizações gera lucros para os sócios, porém sem perder o foco no meio ambiente e na melhoria de vida das pessoas, garantindo crescimento econômico, sucesso financeiro e social.

Nos últimos anos a pressão para o desenvolvimento de sistemas de gestão ambiental, não somente por parte do governo, mas também para atender as normas de certificação internacionais, como por exemplo o ISO 14000, estão crescendo, tornando assim uma prática interna obrigatória para as organizações (SARKIS; SROUFE, 2005).

O certificado ISO 14000 se refere a um conjunto de normas de gestão ambiental que abrange qualquer empresa independente do nível, tamanho ou área. Seu objetivo é minimizar os danos ao meio ambiente e fazer com que as empresas melhorem de forma contínua seu SGA (Sistema de Gestão Ambiental) e verificar se os mesmos estão de acordo com as políticas e leis ambientais (NORMAS TÉCNICAS, 2018).

O termo responsabilidade social empresarial (RSE) é uma expressão utilizado para o conjunto de medidas adotadas por empresários de forma voluntária para questões ambientais, sociais e sua relação ética com o todo, buscando e levando o respeito, diversidade e minimizando a desigualdade social (BARBIERI, 2012).

2.4 COMPRAS SUSTENTÁVEIS

O papel de um comprador dentro das instituições é muito importante, pois os mesmos devem ter um olhar atento a preços, prazos e qualidade. A economia em compras é considerada a segunda maneira mais eficaz para melhorar a performance da empresa, a primeira é aumentar o preço de venda (FGV-EAESP, 2012).

A aquisição de bens e serviços representa entre 50% a 80% dos gastos das organizações dependendo do ramo em que a mesma atua. As grandes indústrias e empresas de distribuição tem grande influência no mercado econômico e os preços que são vendidos, bem como os produtos ofertados e sua qualidade (FGV-EAESP, 2012).

A busca por espaço no mercado onde cobra-se detalhes pela origem dos produtos e de suas matérias-primas, as questões ambientais e sociais ganham força nos processos de compras e nos fatores de decisão. O consumo sustentável passa a não ser mais visto como uma bandeira levantada e defendida por ambientalistas e como ações a serem realizados somente no futuro,

mas aplicadas hoje (FGV-EAESP, 2012).

Conforme a pesquisa sobre sustentabilidade realizada pela Sebrae, 18,3% dos empresários relatam que a falta de informação e divulgação sobre o tema interfere de forma negativa a adotar as ações, 16,6% alegam que a principal barreira é encontrar parceiros para cooperação e 11,2% dizem que é o preço para adotar as ações (SEBRAE NACIONAL, 2017).

As compras sustentáveis de forma geral são aquisições que incorporam critérios definidos nos processos de compras e licitatórios pré-definidos pelas empresas com princípios de desenvolvimento sustentável, proteção ao meio ambiente e promovendo uma sociedade melhor para futuras gerações (MOURA, 2013).

Os produtos podem ser considerados como sustentáveis por diversos fatores como: menos consumo de energia, menos perdas, recicláveis e mais duráveis, menos substâncias tóxicas, produtos de cooperativas e também de artesãos. Estes tipos de produtos são os que apresentam melhor desempenho ambiental no seu ciclo de vida (SEBRAE NACIONAL, 2015).

3 MÉTODO DO ESTUDO

O presente estudo tem como objetivo analisar as práticas de compras pelo viés da sustentabilidade em IES identificando critérios e dificuldades no processo de realização das compras sustentáveis. Para a realização deste estudo utilizou-se o método dedutivo, no qual segundo Gil (2014) o método dedutivo parte do geral e se aprofunda ao particular, e possibilita chegar a conclusões de forma lógica e formal. Acredita-se que só a razão é a única forma de levar ao verdadeiro conhecimento.

Quanto a natureza do estudo se configura do tipo descritivo, onde segundo Vergara (2013) a pesquisa descritiva expõe e demonstra as características de uma população já determinada e estabelece correlações entre variáveis.

Como fontes de coletas de dados utilizou-se questionário, entrevista e observação. A entrevista e o questionário foram aplicados com os gestores de compras das IES, por meio de roteiro com questões semiestruturadas. Para tanto, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, conduzidas por meio de um roteiro com questões previamente definidas com base nos objetivos estabelecidos para a pesquisa.

A entrevista foi adaptada do estudo de Hegenberg (2013), através do estudo “As compras públicas sustentáveis no Brasil: Um estudo nas universidades federais, no ano de 2013. A entrevista foi gravada e após transcrita.

Será apresentada a seguir a discussão dos resultados da pesquisa com o responsável pelas compras sustentáveis nas Instituições de Ensino Superiores do Oeste de Santa Catarina.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Foi realizado uma entrevista com os responsáveis por compras das instituições, levantado algumas informações sobre as práticas de compras sustentáveis realizadas pelas mesmas. Através da entrevista foi possível identificar se as Instituições de Ensino Superiores entrevistadas possuem alguma política de compras sustentáveis, incentivos para adoção de compras e contratações sustentáveis.

A IES 1 relatou que não existe a política de compras sustentáveis na instituição, porém há um desejo de implantar e aumentar as ações para estas práticas.

A IES 2 relata que existe a preocupação em relação às compras sustentáveis, porém não há um incentivo, não tem critérios ou políticas estabelecidas. O cuidado com a sustentabilidade é com um todo, as compras ainda é a menor delas.

A IES 3 iniciou a pouco tempo suas atividades, desta forma ainda está desenvolvendo um relacionamento com seus fornecedores e o poder de compra sobre eles.

Foi questionado também se possuem algum manual ou se foram seguidas etapas para implementação do tema na instituição.

A IES 1 menciona que não possuem um manual ou etapas a serem seguidas para a implementação. A ideia inicial é tornar futuramente como padrão, mas não como um critério em específico para as compras.

A IES 2 relata que não possui um manual ou etapas ainda definidas para implementação do projeto. Já a IES 3 pontua que não possuem documentado nada sobre compras sustentáveis, mas informalmente já possui alinhado entre os diretores os processos a serem seguidos.

Em relação aos fatores externos e internos que facilitam e dificultam a implementação destas ações por parte das instituições, percebe-se que as respostas são bem parecidas. A IES 1 menciona que o ponto maior de motivação para a organização tomar medidas para tornar as compras sustentáveis, são a boa percepção por parte do grupo e a grande vontade de mudança por parte da instituição. O maior problema para adotar estes métodos ainda são a resistência de algumas pessoas, conforme a cultura organizacional.

Outro motivo citado pela organização é os altos valores dos produtos sustentáveis e um mercado restrito de produtos. Atualmente entende-se que são poucos fornecedores de mercadorias/serviços com essas características, causando um alto valor nas mercadorias.

Por ser uma instituição particular o preço dos produtos ainda pesa bastante nas decisões de compras, assim no cotidiano da empresa os produtos que são oferecidos com preços menores acabam sendo mais vantajosos e requisitados.

Percebe-se que as barreiras internas aos poucos estão sendo quebradas, através de divulgação e campanha de conscientização. As barreiras externas são mais complicadas de se vencer, já que em sua grande maioria depende de terceiros e mercado econômico.

Espera que a longo prazo os fatores externos que dificultam este processo sejam vencidos, junto com uma nova conscientização de toda a população e novas formas de mercado.

Para a IES 2 relata que por se tratar de uma rede de ensino presente em todo país, a instituição depende de decisões dos conselhos regionais e brasileiros. Em alguns casos é realizado licitação para compras de produtos, mas não possuem como critério ou obrigatoriedade que os mesmos sejam sustentáveis.

O ponto que levou a instituição a ter mais visão sobre o tema é que, com a grande mídia em volta destes assuntos, percebe-se uma maior atenção e cobrança de seu público-alvo, todavia os altos valores dos produtos dificultam o processo. A cultura interna da instituição ainda é um fator determinante pela não aplicação destas ações.

A IES 3 menciona que a cobrança da sociedade por novo estilo de vida fez com que a instituição atenta-se mais sobre o assunto, bem como o desejo dos diretores por uma visão diferente envolvendo meio ambiente e uma sociedade mais participativa e consciente.

Os grandes desafios apontados pela pessoa responsável pelas compras, foram o alto preço dos produtos junto da baixa oferta. Quebrar a cultura e costumes internos que ficaram como herança da última instituição também foram levantados.

Os gestores possuem uma visão ampla sobre o assunto e a percepção das mudanças necessárias para não repetir erros passados, e sua obrigação como meio de educação de construir uma sociedade mais atenta ao meio ambiente que nos cerca.

Todas as instituições relataram que realizam campanha e ações sustentáveis com a comunidade, porém nada focado exclusivamente em compras sustentáveis. Os três gestores e responsáveis pelas compras ressaltaram o alto preço dos produtos que possuem ênfase na sustentabilidade e que possuem orçamentos pré-definidos, que o fato de não possuir um benefício por parte governamental para adoção de tais ações impacta diretamente nas decisões tomadas.

Além da pesquisa realizada junto aos responsáveis por compras de duas das Instituições e com o gestor da outra instituição de ensino superior do Oeste de Santa Catarina, foi realizada

um questionário envolvendo pontos como capacitação por parte dos gestores e a cultura interna das instituições.

O questionário possuía 10 perguntas com opções de 1 a 5, considerando que: 1 não concordo e 5 concordo. Na sequência consta as respostas de cada instituição para as perguntas realizadas, bem como a média, média variável, desvio padrão e coeficiente de variação de cada questão.

QUADRO 1 – QUESTIONÁRIO

Instituição	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
Instituição 1	5	4	3	4	1	5	4	3	4	4
Instituição 2	3	4	1	4	1	5	2	4	3	1
Instituição 3	3	2	1	4	1	5	2	3	4	1
Média	3	4	1	4	1	5	2	3	4	1
Mediana	3,67	3,33	1,67	4	1	5	2,67	3,33	3,67	2
VAR	1,33	1,33	1,33	0	0	0	1,33	0,33	0,33	3
DV	1,15	1,15	1,15	0	0	0	1,15	0,58	0,58	1,73
CV	31,50	34,6	69,28	0	0	0	43,30	17,32	15,75	86,60

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Conforme o Quadro 1 mostra, podemos analisar através dos resultados da questão que se refere a participação de eventos e capacitação referente a compras sustentáveis (Q1) que todos os entrevistados já participaram de algum evento com esse objetivo, demonstrando uma média = 3.67 e mediana = 3. Percebe-se que em sua maioria as instituições estão buscando ampliar seu conhecimento sobre o tema.

Conforme apresentado por Galli (2014) às instituições de ensino têm a potencialidade de se destacar pela Educação Tecnológica podendo contribuir para a sociedade através do corpo de pesquisadores, docentes e discentes com projetos de pesquisas, eventos, teses entre outros, desta forma se faz necessário a participação e capacitação dos professores para replicar o conhecimento aos seus alunos.

Ao realizar compras ou contratação o fator preço (Q2) foi demonstrado como um grande ponto determinante para a administração, nas decisões a serem tomadas, possuindo como média = 3,33 e mediana 4. Verificou-se que as empresas se preocupam bastante com o preço dos produtos para tomarem ações de planejamento.

Pontuado também por Hegenberg (2013) que o preço é um fator determinante, sendo considerado o maior ponto para dificultar sua implementação. Em seu estudo foi analisado o preço como fator dificultador por 83,3% dos respondentes.

Essa informação vem de encontro com o estudo e pesquisa realizada pelo Sebrae Nacional (2017), onde verificou-se que 11,2% dos seus entrevistados dizem que é o preço para adotar as ações são altos o que torna dificultoso o processo de implementação, já que as empresas prezam muito pelo fator preço.

Na questão de priorização das compras sustentáveis (Q3) pode-se perceber que a questão apresentou uma mediana = 1 e média = 1,67, sendo uma das questões com média e mediana mais baixa. Percebe-se através dos resultados como esse assunto tem sido pouco priorizado pelas empresas.

Em acordo com o estudo de Hegenberg (2013) foi verificado que a priorização pelas compras sustentáveis é baixa, sendo o seu maior índice de respostas a opção “Implementada em sua minoria” e “Não foi implementada”, percebe-se também que sua pesquisa foi aplicada em instituições federais onde possui obrigatoriedade perante legislação das compras públicas sustentáveis.

Em relação às compras e contratações o fator vida útil dos produtos (Q4), a questão foi uma com maior média e mediana, apresentando média = 4 e mediana = 4. Verifica-se este ponto como um grande fator nas decisões a serem tomadas as empresas.

Sobre o entendimento de que o mercado dispõe de fornecedores suficientes para atender a demanda (Q5), esta questão teve a média e a mediana mais baixa. Apresentou média = 1 e mediana 1. Em conformidade com o estudo desenvolvido por Hegenberg (2013) 91,7% das pessoas entrevistadas apontam sobre a condição atual do mercado/competitividade que são insuficientes para atender a demanda.

Com média e mediana de resposta 5, pontua-se que as instituições entendem como um meio de marketing (Q6) a aquisição de produtos sustentáveis, mas em poucas instituições pode ser considerado como cultura interna (Q7) com uma mediana de 2.

Mesmo que sendo considerado como um meio de marketing não entendem que é um fator de vantagem ou desvantagem em frente aos seus concorrentes (Q8), a questão teve como média de resposta 3,33.

As instituições relataram que procuram realizar programas de divulgação (Q9), projetos e ações juntos a comunidade local representando como mediana de respostas o índice 4 e que em poucos casos as compras de produtos alimentícios representam a sustentabilidade, já que em todas as instituições pesquisadas as cantinas são terceirizadas.

As questões com média de respostas mais baixas se referem a priorização de compras sustentáveis, a disponibilização de produtos no mercado atual e o uso de produtos alimentícios (Q10), com média de 2 ou menos.

A média de respostas mais altas se referem a questões sobre a utilização de compras sustentáveis como meio de marketing, o preço como fator determinante das decisões financeiras e comerciais, a preocupação de adquirir produtos com longa vida útil e ações de projetos junto à comunidade.

Percebe-se com a entrevista realizada que todas as instituições não possuem critérios para compras sustentáveis, e que em poucos casos os gestores participaram de cursos ou palestras sobre o assunto. Verificou-se também que as três IES possuem a vontade de ampliar as ações, porém não possuem meta ou planejamento para implementação.

Todos gestores relataram que devido ao alto custo dos produtos e baixa oferta de mercadorias, acabam optando por compras mais tradicionais e visando o baixo custo. A percepção de um público mais exigente faz com que acabam praticando pequenas ações, porém a mudança de cultura interna já estabelecida na instituição em conjunto com a necessidade de cortar custos faz com que não implantem ou tornem como costume as compras sustentáveis.

A administração pública, em qualquer uma de suas esferas tem o dever de promover o desenvolvimento sustentável no país, desta forma as gestões são obrigadas a realizar políticas e instrumentos de gestão referentes ao tema, como o programa de contratações públicas

sustentáveis, que tem como objetivo inserir o fator sustentabilidade nas licitações, conforme IN nº 01/2010 que dispõe sobre os critérios de sustentabilidade ambiental na aquisição de bens, contratação de serviços ou obras pela administração pública federal direta.

Desta forma observa-se que por não ser obrigadas a realização destas práticas, as instituições de ensino particular não praticam ações sobre o tema e que em sua grande maioria não entende como forma de vantagem frente a suas concorrentes. Já as instituições de ensino federal são obrigadas a promover a sustentabilidade e assim realizam compras sustentáveis.

Essas constatações vêm de encontro com o estudo de Lopes (2017) e Hegenberg (2013) que aplicaram pesquisas sobre compras sustentáveis em diferentes instituições de ensino superior, onde verificaram que todas praticam essas ações. Porém em instituições de ensino superior particulares não foi localizado nenhum meio de pesquisa, devido à pouca usabilidade desta forma de gestão e política por meio dos seus gestores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo, possibilitou uma análise sobre os processos e critérios das compras sustentáveis realizadas por instituições de ensino superior do Oeste do Estado de Santa Catarina. Com a pesquisa se pode aprofundar mais no tema sustentabilidade, seu conceito, história e sua aplicação na contabilidade e marketing.

O presente estudo teve como objetivo geral, analisar as práticas de compras pelo viés da sustentabilidade em IES, identificando critérios e dificuldades no processo de realização das compras sustentáveis. Após a conclusão da pesquisa, que foi desenvolvida com base em pesquisas e questionários, se identificou que o objetivo geral foi respondido.

Verificou-se com responsáveis pelas compras das três instituições de ensino, que de forma geral nenhuma das empresas realizada a prática de compras sustentáveis de maneira recorrente e que não possuem como critérios esse método de compras.

Identificou-se, através do questionário e entrevista, que a visão dos responsáveis de compras sobre o assunto e que o maior fator citado por eles é que a falta de oferta dos produtos no mercado, faz com que os preços dos mesmos sejam altos, e com isso torna-se menos atrativo a aquisição deste tipo de mercadoria ou serviço.

Atualmente as administrações públicas são obrigadas a promover a sustentabilidade e através da Lei nº 11.079, de 30 de dezembro de 2004. Como exemplo, podemos citar as instituições de ensino superior federal, que devem praticar ações e adquirir produtos sustentáveis. Para os meios de administrações privada não existe uma obrigatoriedade sobre o tema, deixando assim livre para seus gestores aceitarem ou não.

Outra dificuldade apontada foi a cultura interna das instituições, onde em alguns casos possuem colaboradores trabalhando a muito tempo ou que são de administrações antigas. A mudança desta cultura já presente faz com que algumas pessoas se tornem mais resistente a alterações, atrapalhando a aplicação destes métodos.

Com a pesquisa pode-se investigar os processos de compras realizadas pelas IES e verificar a falta critérios de sustentabilidade em todas as instituições. Limitando assim o estudo ao simples processo de contribuir e orientar os gestores a adotarem essas práticas.

Através dos questionamentos realizados aos responsáveis pelas compras, todos apresentaram o interesse de criar critérios e passar a praticar ações a fim de tornar como costume esta forma de compras e trabalhar na conscientização da sociedade sobre o tema sustentabilidade, aproveitando sua influência como fonte de conhecimento.

As principais constatações levantadas no estudo são que por não possuir uma obrigatoriedade destes critérios de compras, as instituições não adotam essas medidas, utilizando apenas em algumas situações como marketing e divulgação da marca no mercado buscando vantagem a seus concorrentes.

Como recomendação a futuros estudos, seria uma nova pesquisa e levantamento com as mesmas instituições, e verificar a adoção ou não das dos critérios e sua aplicação. A possibilidade de vantagens e incentivos municipais, estaduais ou federais para administrações particulares que praticarem estas ações com a finalidade e objetivo de divulgação dos projetos e o cuidado e preservação do meio ambiente.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS, ANA. **Compras Sustentáveis**. [2018]. Disponível em <<http://a3p.ana.gov.br/Paginas/CompasSustentaveis.aspx>> Acesso em 06 de março de 2018.

ALBUQUERQUE, J. de L.; CALLADO, A. L. C.; SOARES, A. P. A.; MACHADO, A. de L.; CALLADO, A. L. C.; CALLADO, A. L.; CALLADO, A. L. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social: Conceitos, ferramentas e aplicações**. São Paulo, Atlas 2009.

ARAÚJO, A. F. G. **O princípio da sustentabilidade na atividade empresarial – Análise à luz da constituição federal**. 1º ed. Brasília: Instituto Hodie, 2014.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 3 ed. Atual e ampliada. São Paulo: Saraiva, 2011.

_____. **Educação ambiental e a gestão ambiental em cursos de graduação em administração: objetivos, desafios e propostas**. Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, v. 38, n.6, p. 919-946, 2004.

_____. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. 2 ed, atual. E ampl. São Paulo: Saraiva, 2012.

BIDERMAN, R., BETIOL, L. MACEDO, L. MONZONI, M. MAZON R.(orgs) ICLEI (2008) **Guia de compras públicas sustentáveis para a Administração Federal. Uso do poder de compra do governo para a promoção do desenvolvimento sustentável**. 2.ed., Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

CEBDS. Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável. **Manual de Compras Sustentáveis**. Rio de Janeiro, 2014. 100 -p.

DIAS, R. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FGV – EAESP, Escola de Administração de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. **Compra sustentável: a força do consumo público e empresarial para uma economia verde e inclusiva**, 2012. Disponível em: < <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/15358>>. Acesso em 20 de maio de 2018.

FONSECA, R. do C. P. **Compras sustentáveis: um estudo sobre a adequação de fornecedores às demandas do setor público**. Lavras: UFLA, 2013.

GADOTTI, Moacir. **Educar para a sustentabilidade. Inclusão Social**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 75-78, out. 2007/mar. 2008. Disponível em <<http://revista.ibict.br/inclusao/article/view/1624>> Acesso em 21 de maio de 2018.

GALLI, A.. **Compras Públicas Sustentáveis na UTFPR: Estudo de Caso do Campus Curitiba – Sede Reitoria.** 2014

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. Ed. 6 reimpr. São Paulo: Atlas, 2014.

HEGENBERG, J. T. **As compras públicas sustentáveis no Brasil: um estudo nas universidades federais.** — 2013.

LOPES, M. N; OLIVEIRA, V. C. F. de. **Compras públicas sustentáveis.** In: CONGRESSO CONSAD DE GESTÃO PÚBLICA, 5, 2012, Brasília.

MEADOWS, D. H.; MEADOWS, D. L.; RANDERS, L. **Beyond the limits: confronting global collapse, envisioning a sustainable future.** Vermont: Chelsea Green Publishing, 1992.

MOURA, A. M. M de. **As compras públicas sustentáveis e sua evolução no Brasil** — 2013.

NASCIMENTO, L. F.; LEMOS, Â. D. da C.; MELLO, M. C. A. de. **Gestão socioambiental estratégica.** Porto Alegre: Bookman, 2008. 232 p.

NORMAS TÉCNICAS. **Série ISO 14000.** Disponível em: <<https://www.normastecnicas.com/iso/serie-iso-14000/>>. Acesso em 06 de maio de 2018.

SACHS, I.: **Caminhos para o desenvolvimento sustentável / organização:** Paula Yones Stroh. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SARKIS, J.; SROUFE, R. **Strategic Sustainability: The State of the Art In Corporate Environmental Management Systems.** Greenleaf Publishing, 2005.

SAVITZ, A. W. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental.** 4º reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SEBRAE NACIONAL. **Práticas sustentáveis viram vantagens para empresas e meio ambiente,** 2017 Disponíveis em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/praticas-sustentaveis-viram-vantagens-para-empresas-e-meio-ambiente,5adaa7deccc0c510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 30/05/2018.

_____. **O que é produto sustentável?** 2015. Disponíveis em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-um-produto-sustentavel,5775438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em 31/05/2018.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 14º ed. São Paulo: Atlas, 2013.