



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

RENATA MAZZEGA MAZARIM

ECONOMIA SUSTENTÁVEL

**Assis - SP
2010**

RENATA MAZZEGA MAZARIM

ECONOMIA SUSTENTÁVEL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, com requisito do Curso de Graduação em Administração.

Orientadora: Maria Beatriz Alonso do Nascimento

Assis - SP
2010

FICHA CATALOGRÁFICA

MAZARIM, Renata Mazzega

Economia Sustentável/Renata Mazzega Mazarim.
Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA --
Assis, 2010.

34 p.

Orientador: Maria Beatriz Alonso do Nascimento
Trabalho de Conclusão de Curso – Instituto Municipal
de Ensino Superior de Assis - IMESA

1. Sustentabilidade . 2. Desenvolvimento Sustentável.

CDD: 658

Biblioteca da FEMA

ECONOMIA SUSTENTÁVEL

RENATA MAZZEGA MAZARIM

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação em Administração, analisado pela seguinte comissão examinadora:

Orientador: Maria Beatriz Alonso do Nascimento

Analisador (1): Claudiner Buzinaro

Assis - SP
2010

DEDICATÓRIA

À meus pais: Franck e Marines,
meu respeito e gratidão.

À meus irmãos: Junior e Luis Antonio
meu carinho.

AGRADECIMENTOS

A todos que diretamente ou indiretamente contribuíram para que esse sonho se tornasse realidade.

A minha família por ter me ajudado a conduzir esses quatro anos da forma mais inteligente possível e pela força quando tudo parecia perdido.

Aos meus amigos pelo companheirismo e em especial minha amiga Pri por ter ajudado na configuração do TCC.

Aos professores e minha orientadora pelos ensinamentos, conhecimentos e experiências adquiridas nesse tempo.

*“Nosso maior desafio neste século é pegar uma idéia que parece abstrata
“desenvolvimento sustentável” e torná-la uma realidade para todas as pessoas do
mundo”.*

Kofi Annan

RESUMO

A sociedade moderna apresenta uma crise em seus valores e princípios. Faltam às pessoas e organizações uma visão mais ampla, baseada em valores éticos e humanos, preocupação e compaixão global, pensamento em longo prazo (sustentabilidade), capacidade de agir com base em convicções corretas, fazendo uso positivo das mesmas.

É absolutamente necessário que as empresas desenvolvam o pensamento sobre quais são realmente seus valores e o que fazem para se tornar sustentável no mundo de hoje.

O conceito de sustentabilidade ainda gera discussão, mas na prática, envolve a gestão de pessoas, o impacto da ação no meio ambiente e na sociedade, o que significa reduzir a ação negativa da sua atividade e contribuir para o desenvolvimento socioeconômico e ambiental.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Desenvolvimento; Meio Ambiente

ABSTRACT

Modern society has a crisis in their values and principles. Missing persons and organizations with a broader view, based on ethical and human values, global concern and compassion, thinking long term (sustainability), ability to act on correct beliefs, making positive use of them.

It is absolutely necessary for companies to develop their thinking about what your values really are and what they do to become sustainable in today's world.

The concept of sustainability still generates discussion, but in practice involves managing people, the impact of action on environment and society, which means reducing the negative influence of their activity and contribute to socioeconomic development and environmental sustainability.

Keywords: Sustainable; Development; Environment

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. SUSTENTABILIDADE	12
2.1 PLANETA SUSTENTÁVEL	14
2.2 É POSSÍVEL SER SUSTENTÁVEL?	15
2.3 PEQUENAS ATITUDES PODEM FAZER A DIFERENÇA.....	17
3. ECONOMIA SUSTENTÁVEL	18
3.1 DESENVOLVIMENTO DE UMA ECONOMIA SUSTENTÁVEL	20
3.2 CARACTERÍSTICAS DA ECONOMIA SUSTENTÁVEL.....	21
3.3 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS AGREGAM SUSTENTABILIDADE COMO VALOR	22
3.4 SUSTENTABILIDADE NO BRASIL.....	23
4. ECONOMIA SUSTENTÁVEL NAS EMPRESAS	24
4.1 COMO TORNAR SUA EMPRESA SUSTENTÁVEL	24
4.2 EMPRESAS QUE ADERIRAM À SUSTENTABILIDADE NO SEU DIA A DIA.25	
COOCASSIS.....	25
PHILIPS.....	26
ECOESFERA.....	27
SUPERMERCADOS FLORESTA.....	28
VIA PAX BIO.....	30
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERÊNCIAS.....	33

1. INTRODUÇÃO

Muitos empresários, detentores dos maiores recursos financeiros capazes de contribuir para o desenvolvimento de uma economia responsável pela sustentabilidade do planeta não tem uma visão muita ampla sobre o assunto.

Na prática podemos dizer que sustentabilidade é a exploração de áreas ou uso de recursos planetários (naturais ou não) de forma a prejudicar o menos possível o equilíbrio entre o meio ambiente e as comunidades humanas.

Os recursos obtidos na natureza e usados para a produção de bens e consumo são esgotáveis, preservá-los passou a ser prioridade para as empresas que dependem deles para sobreviver. Conservar o meio ambiente significa preservar a viabilidade do seu próprio negócio.

É importante resgatar a questão de valores e princípios passados pelas famílias e manter dentro das organizações para que possam contribuir com os objetivos e resultados que a empresa propõe alcançar, principalmente quando se trata da sustentabilidade desta e do planeta.

2. SUSTENTABILIDADE

Alguns anos atrás uma empresa era considerada socialmente responsável apenas por cumprir a lei, pagar em dia seus impostos e gerar empregos. Além disso, ela poderia dedicar-se a ações de filantropia, onde seus recursos seriam utilizados para mitigar algum tipo de dor social. No entanto, os tempos mudam e as necessidades também, a ação humana não é mais localizada, mas tem impactos muito mais abrangentes e de alcance planetário.

Oficialmente o conceito de desenvolvimento sustentável foi usado pela primeira vez na Assembléia Geral das Nações Unidas em 1979. Foi assumido pelos governos e pelos organismos multilaterais a partir de 1987 quando, depois de quase mil dias de reuniões de especialistas convocados pela ONU sob a coordenação da primeira ministra da Noruega Gro Brundland se publicou o documento Nosso Futuro Comum, que apresenta a definição tornada clássica: “sustentável é o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades.”

Na verdade, o conceito possui uma pré - história de quase três séculos. Ele surgiu da percepção da escassez. As potencias coloniais e industriais européias desflorestaram vastamente seus territórios para alimentar com lenha a incipiente produção industrial e a construção de seus navios com os quais transportavam suas mercadorias e submetiam militarmente grande parte dos povos da Terra.

Começou então a preocupação de como administrar a escassez, Carl Von Carlowitz respondeu em 1713 com um tratado que tinha como titulo de Sylvicultura Oeconomica.

Foi também a primeira vez em 1987 que um estudo patrocinado pela ONU chega à conclusão de que é preciso mudar os atuais padrões de produção e consumo adotados pelas diversas sociedades da Terra, de forma a preservar os recursos e serviços ambientais necessários à sobrevivência humana. Desde então existe um grande movimento de governos, empresas e ONGs que buscam criar parâmetros para o desenvolvimento sustentável.

A sustentabilidade é um compromisso com o futuro, não é uma meta que possa ser atingida, mas um caminho que as organizações devem trilhar em busca de melhores soluções para os problemas humanos, sejam eles econômicos, sociais ou ambientais. Este compromisso com o futuro se expressa de diversas maneiras e em distintos graus dentro das organizações.

O desenvolvimento sustentável foi concebido como um conjunto de ações voltadas à solução ou, no mínimo, redução de grandes problemas de ordem econômica, ambiental e social, tais como esgotamento de recursos naturais, desigualdade social ascendente e crescimento econômico ilimitado. Integrar de forma equilibrada os aspectos ambientais, sociais e econômicos, respeitando a sua interdependência, é o que o desenvolvimento sustentável propõe.

Sustentabilidade se define como um princípio de uma sociedade que mantém as características necessárias para um sistema social justo, ambientalmente próspero por um período de tempo longo e indefinido.

Propõe-se a ser um meio de configurar a civilização e atividades humanas, de tal forma que a sociedade, os seus membros e as suas economias possam preencher as suas necessidades e expressar o seu maior potencial no presente, e ao mesmo tempo preservar a biodiversidade e os ecossistemas naturais, planejando e agindo de forma a atingir pró-eficiência na manutenção indefinida desses ideais. A sustentabilidade abrange vários níveis de organização, desde a vizinhança local até o planeta inteiro

O conceito de sustentabilidade ainda gera discussão, mas na prática, envolve a gestão de pessoas, o impacto do negócio no meio ambiente e na comunidade. Significa reduzir a ação negativa da sua atividade e contribuir para o desenvolvimento socioeconômico e ambiental. Sustentabilidade passou a ser uma meta de negócios, atualmente há 2.700 projetos de sustentabilidade em andamento no mundo, 10% deles no Brasil.

Para ROCHA (2007) sustentabilidade é um conceito em construção, não apenas uma questão de valores financeiros. Uma empresa pode investir um valor altíssimo em projetos sociais e ambientais e mesmo assim estar longe de ser sustentável.

Por exemplo, sustentabilidade para o grupo Santander Brasil, é um modelo de negócios inovador, que tem por base a confiança e a participação de todos os públicos com os quais nos relacionamos.

É o princípio de uma sociedade que mantém as características necessárias para um sistema social justo, ambientalmente equilibrado e economicamente próspero por um período de tempo longo e indefinido. Atende as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem as suas próprias.

2.1 PLANETA SUSTENTÁVEL

O ser humano vem explorando o mundo em que vive e extraíndo dele tudo o que precisa para sobreviver. Mas, nos últimos séculos, ele vem tirando muito mais do que realmente precisaria e o pior; jogando no planeta os mais diversos tipos de veneno e de resíduos perigosos frutos de suas atividades econômicas.

É como se alguém jogasse veneno na comida que tem em casa ou na água que bebe. Mesmo que fosse um pouquinho de cada vez, uma hora ou outra morreria. E é exatamente isso que o ser humano estranhamente faz com o planeta em que vive e do qual depende inteiramente. Algo que, se analisarmos; veremos que é um comportamento totalmente insano. Para termos um planeta sustentável é necessária uma mudança de postura.

Mesmo que as pessoas desejem consumir cada vez mais e mais; o planeta começou a dar recados cada vez mais óbvios de que não suportaria esse ritmo de consumo e de degradação dos recursos naturais por muito mais tempo. Sinais evidentes de desgaste e de alterações climáticas perigosas acenderam as luzes vermelhas de perigo nas mentes dos cientistas. Por sua vez, esses cientistas, começaram a falar e a mostrar que se a humanidade continuar com a sua loucura consumista, nosso planeta não vai durar por muito mais tempo ou acabaria por expulsar nossa forma de

vida como se fosse uma doença. Assim, essas vozes começaram a encontrar eco entre membros influentes da sociedade e até entre pessoas comuns. Com isso, a idéia de que deveríamos cuidar melhor da dádiva que recebemos, ou seja ter um planeta sustentável, e a constatação óbvia de que temos apenas um planeta e que devemos poupar nossos recursos naturais usando-os com mais racionalidade tomou forma. Nascia então o conceito de Planeta Sustentável.

Um conjunto de práticas, procedimentos e formas de agir que permitam que os recursos naturais se renovem ou que durem por muitas e muitas gerações. Dando a possibilidade de nossa espécie viver por mais tempo e garantir que haverá a esperança de que um dia; poderemos evoluir o suficiente para alcançar as estrelas em busca de mais recursos.

Assim, planeta sustentável é muito mais do que um simples conceito bonitinho ou voltado para pessoas “cabeça” ou para ativistas do meio ambiente. É pura questão de sobrevivência. Garantir que um planeta mais sustentável seja uma realidade, pessoas; governos e empresas devem unir esforços para aprender e aplicar essas técnicas e procedimentos desenvolvidos, ao longo desse aprendizado, para garantir a continuidade da vida em nossa maravilhosa Bola Azul. E garantir o uso racional dos recursos naturais de nosso planeta para que seja um planeta sustentável, não é nada complexo e nem precisa de recursos pesados. Basta usar as fontes de energia de forma mais racional e econômica; usar e reutilizar a água da chuva; tratar nossos resíduos e esgotos de forma adequada e completamente, promover uma convivência mais harmônica entre os diversos grupos humanos que compartilham desse mundo.

2.2 É POSSÍVEL SER SUSTENTÁVEL?

Mostrar para as pessoas que o “ser sustentável” é uma forma de vida e a única maneira de permitir que nosso planeta se recupere e para que possamos viver em paz e por muito tempo ainda com os recursos naturais que ele tem para nos fornecer. Essa mudança de paradigma e da maneira como as pessoas encaram, principalmente, o consumo dos países mais desenvolvidos e das classes mais

privilegiadas é algo difícil de se conseguir e que demanda muito esforço e conscientização através de um processo lento, contínuo e trabalhoso.

É necessário encontrar formas cada vez mais criativas para mostrar às pessoas que o “ser sustentável” está ao alcance de cada um de nós por mais simples e por mais humilde que nossas vidas sejam. Absolutamente todos têm o poder e a oportunidade de ajudar na luta pela conservação do planeta.

Transmitir e fazer a idéia ficar gravada na mente, e no “espírito” da população deve ser encarado como algo diário e de constante busca através de campanhas educativas e com mensagens reais e de alto impacto que sejam capazes de imprimir o horror que nos aguarda no futuro caso continuemos a encarar a sustentabilidade apenas como uma moda e algo “do momento”.

Ser sustentável é muito mais do que preservar o ambiente e se preocupar com as emissões de carbono para a atmosfera. Deve-se levar em consideração todos os fatores sociais e ambientais que causam algum tipo de prejuízo para o ser humano e estudar maneiras eficazes de mudar essa forma tão normal de “levar a vida” que a maioria da população do mundo entende como certa.

Alguns empresários correram para aproveitar a moda do “ser sustentável” e resolveram vincular suas marcas e produtos a uma nova “visão verde” que vinha se espalhando pelo mundo. Muitos ficaram pelo caminho quando a realidade do seu modo “sustentável” veio à tona e comprovou-se que se tratavam apenas de espertalhões mal intencionados que queriam se aproveitar da moda. Mas alguns remaram na direção oposta e transformaram o “ser sustentável” em uma verdade promissora e numa oportunidade real para rever processos e mudarem drasticamente sua forma de atuar na natureza.

Conscientizando seus funcionários e formando uma nova cultura de como ser sustentável em torno de suas fábricas, suas equipes e familiares.

Atuando de forma real e verídica em prol de uma melhoria de vida para toda a comunidade em que estavam inseridos.

Ser verdadeiramente sustentável é um desafio e uma meta de cada um de nós para que consigamos mudar o destino de nosso planeta e assegurar a continuidade de nossa espécie.

2.3 PEQUENAS ATITUDES PODEM FAZER A DIFERENÇA

Ser uma pessoa sustentável é estar constantemente provendo o melhor para você, para as outras pessoas e para o meio ambiente, não só para o momento presente e sim visando o futuro.

Podemos começar com pequenas e simples atitudes, que farão uma grande diferença para o meio ambiente como:

- Diminuir ou até banir o uso de sacola plástica;
- Fechar bem as torneiras e não usar além do tempo necessário a água em sua higiene pessoal;
- A água da lavagem de roupa poderá ser aproveitada para lavar pisos externos;
- Separe os objetos recicláveis dos não recicláveis. Nunca jogue nenhum tipo de lixo na rua, lugar de lixo é no lixo;
- Trocar as lâmpadas comuns pelas lâmpadas fluorescentes mais compactas também ajuda muito a economizar energia e preservar o ambiente;
- Não deixe as lâmpadas acesas sem necessidade. Mantenha fora das tomadas os eletrodomésticos após usá-los;
- Deixe o carro quando tiver que ir a um lugar próximo, caminhe ou vá de bicicleta, além do benefício ao meio este hábito é mais saudável;
- Faça rodízio de transporte ou utilize transportes coletivos;
- Ensine as crianças o quanto é importante cuidar da natureza e incentive seus vizinhos a terem os mesmos cuidados que você;
- Não provoque queimada.

É simples e fácil ser uma pessoa sustentável, basta agir com coerência e ter consciência de que as atitudes embora pareçam pequeninas são importantíssimas no processo de socorro a todos os seres vivos desse planeta. Vale sempre lembrar que a possibilidade de alcançarmos o desenvolvimento sustentável depende de cada um de nós.

3. ECONOMIA SUSTENTÁVEL

Muitas sociedades ao longo da História preocuparam-se com o equilíbrio entre economia, sociedade e meio ambiente. O fato novo a partir da década de 1960 é a contextualização desses três elementos juntos em um mundo cada vez mais interdependente.

A preocupação com o combate à pobreza absoluta, o crescimento populacional, o impacto das atividades humanas sobre o meio ambiente e os novos desafios da economia ganharam destaque.

A construção de uma economia sustentável passa pela revisão e mudança de comportamentos, pois nenhuma capacidade tecnológica pode acompanhar as aspirações e o crescimento da população.

Para caracterizar a nova economia sustentável os pesquisadores têm recorrido a Andres Edwards. O autor de “Revolução Sustentável” (2008) relaciona sete parâmetros necessários a todas as estruturas na transição para o desenvolvimento sustentável. São eles:

- Administração
- Respeito pelos limites
- Interdependência
- Estruturação econômica
- Distribuição justa
- Perspectiva intergeracional (decisões tomadas com base nos impactos para as gerações atuais e futuras)

- Natureza como modelo.

Baseados nesses parâmetros podemos estabelecer os objetivos macro e micro econômicos necessários ao desenvolvimento sustentável.

As inovações necessárias para uma economia sustentável que, se quiser prevalecer precisará conhecer tão bem o ser humano quanto às necessidades do planeta.

A situação do mundo consiste em estimular as mudanças necessárias para uma economia sustentável, criando cenários para orientar a sociedade e apoiar o planejamento de governos, corporações, universidades e Ongs na construção de pilares de sustentabilidade.

- Objetivos Macroeconômicos:

- Nutrir uma rápida transição para uma plataforma de energia renovável;
- Distribuição equitativa de recursos e oportunidades;
- Proteção e restauração do capital natural;
- Valorização da economia local.

- Objetivos microeconômicos

- Certificação de produtos, operações e cadeias de suplementos;
- Desperdício zero;
- Ecoeficiência;
- Bem estar no local de trabalho;
- Valorização do convívio em comunidade

Precisamos fazer mudanças pessoais envolvendo tudo, desde utilizar mais a bicicleta e menos o automóvel, até a reciclagem dos nossos jornais. Porém, isso não seria suficiente. Necessitamos de uma reforma, reduzindo impostos sobre a

renda e aumentando impostos sobre atividades ambientalmente destrutivas, desse modo os preços refletirão a verdade ecológica.

3.1 DESENVOLVIMENTO DE UMA ECONOMIA SUSTENTÁVEL

A sustentabilidade tem sido um dos temas de maior discussão da última década por cientistas, políticos e pela sociedade.

Pode se transformar e utilizar espaços de forma economicamente sustentável para o bem estar da sociedade. A atividade humana que gera tudo o que necessitamos ou desejamos, ou seja: a produção, distribuição, acúmulo e consumo de bens e serviços, que é o que podemos chamar de economia.

Segundo o Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa (2000), economia é a organização dos elementos de um todo; é também, o bom uso que se faz de qualquer coisa.

Se a economia é o bom uso que se faz das coisas e também o conjunto das atividades humanas, então economia sustentável tem a ver com a perpetuidade da sociedade, do ambiente e da própria economia.

ARIZPE (2001) diz que a sustentabilidade só será alcançada se as políticas econômicas e ambientais levarem a cultura em consideração.

DALABRIDA (2000 p.,15) analisa o aspecto com outro enfoque:

Hoje se fala muito em construir um novo padrão de desenvolvimento nacional e regional. No entanto, sempre que for estruturado um plano de desenvolvimento, sem levar em conta a realidade sócio econômica cultural e ambiental nacional e regional, este provoca formas mais ou menos radicais de desterritorialização e exclusão.

Assim, as idéias de ambos vêm de encontro para demonstrar que: o ambiente, a sociedade que nele vive com sua cultura, a educação e a economia são parte de um todo a considerar para se desenvolver uma economia sustentável em qualquer lugar.

3.2 CARACTERÍSTICAS DA ECONOMIA SUSTENTÁVEL

A sustentabilidade econômica visa tanto o crescimento, ou melhor, a evolução, da empresa ou da indústria, quanto os princípios éticos sobre as questões ambientais. É muito comum que haja interferências políticas sobre o assunto. Entretanto os órgãos políticos têm muito cuidado antes de fazer uma lei sustentável, pois o prejuízo das empresas e indústrias poderia atrapalhar toda a economia um exemplo disso é o aumento da inflação.

O desenvolvimento sustentável se interliga diretamente as áreas da economia sustentáveis, entretanto em longo prazo também interferem no social, mudando a qualidade de vida da população.

Segue algumas características da economia sustentável:

- Não investe em futilidades, não alimenta um consumo perdulário, valoriza profundamente o conforto essencial
- Busca o consumo ou o investimento ético, de melhor custo benefício
- Investe em produtos e atividades que tenham maior durabilidade
- Valoriza e irradia o conforto essencial, uma qualidade de vida saudável, inteligente, que não prima pelo excesso de conforto e luxo, e nem a sua ausência, e sim um belo e mais orgânico modo de viver em maior harmonia com os ritmos naturais do nosso planeta, sem desmerecer as conquistas mais dinâmicas e úteis da vida moderna
- Observa as questões sociais, valoriza a ausência de exploração do trabalho e do trabalhador
- A verdadeira economia sustentável é aquela que se dirige a depender menos possível do uso direto do poder do dinheiro, e coloca em pauta ações que não necessitem realmente da moeda corrente, mas sim da geração de riqueza e abundância, que acentue uma primorosa auto suficiência, com um norte, uma meta que seja mais profundamente alcançada.

3.3 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS AGREGAM SUSTENTABILIDADE COMO VALOR

Os micro e pequenos empreendimentos representam, atualmente, 99% das empresas brasileiras e empregam mais de 50% da mão de obra nacional, segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Ao contrário do que se possa imaginar, estas organizações também investem em sustentabilidade para agregar valor de mercado e contribuir com a preservação do meio ambiente.

A mudança de comportamento do empresário não ocorre de uma hora para outra, mas já tem sido feita de forma gradual. Ele sabe que precisa se adequar a essa nova fronteira", Edson Fermann

Para o gerente da Unidade de Acesso à Inovação e Tecnologia (UAIT) do Sebrae, Edson Fermann, a sustentabilidade pode ser entendida como uma forma pela qual os pequenos negócios se tornarão competitivos. "A pequena empresa moderna, inovadora, tem que começar a se preocupar com a sustentabilidade do meio ambiente, com o ciclo de vida dela, com o tipo de serviço e a forma como ela realiza. Isso vai ser o diferencial dessa empresa em relação às outras."

De acordo com Fermann,

a aplicação de práticas sustentáveis pelas micro e pequenas empresas também diz respeito à própria sobrevivência, uma vez que o mercado já começa a valorizar esse tipo de visão. Segundo ele, esse ponto precisa ser analisado sob dois aspectos. O primeiro vê a sustentabilidade ambiental como um novo negócio, o segundo considera o conceito como vital para "continuar no jogo".

Empresas de pequeno e médio porte de diversos setores da economia já aplicam a sustentabilidade, de alguma forma, em todo o Brasil. São panificadoras, fábricas de cerâmica e até mesmo lojas de autopeças, que além de ampliar a rentabilidade do negócio contribuem com o meio ambiente e as gerações futuras.

3.4 SUSTENTABILIDADE NO BRASIL

Dados de 2009 aponta que o mercado de tecnologias sustentáveis no Brasil movimentava mais de US\$ 17 bilhões. As principais áreas consideradas quando o assunto é sustentabilidade são três:

- Energias renováveis;
- Gestão ambiental;
- Eficiência energética.

O fato mais importante consiste no desenvolvimento do setor de tecnologias sustentáveis, com alta estimada de 5% a 7% por ano até 2020.

Uma pesquisa da Grant Thornton International com 7200 empresas de 36 países mostra que 43% dos brasileiros estão dispostos ao desenvolvimento sustentável. O nosso país começa a trilhar este caminho de qualidade e não só de quantidade.

4. ECONOMIA SUSTENTÁVEL NAS EMPRESAS

A expectativa de que as empresas devem contribuir de forma progressiva com a sustentabilidade surge do reconhecimento de que os negócios precisam de mercados estáveis, e que devem possuir habilidades tecnológicas, financeiras e de gerenciamento necessárias para possibilitar essa transição rumo ao desenvolvimento sustentável. As ações e inovações das empresas nesse sentido devem ser cada vez mais disseminadas na busca em ampliar a eficiência e a efetividade da sustentabilidade.

Por vários motivos, as empresas que praticam o desenvolvimento sustentável têm a tendência de crescer evolutivamente. O primeiro motivo é a propaganda que está sendo cada vez mais aceita pelo público. A segunda razão se refere aos investimentos em longo prazo, principalmente nos setores que necessitam de recursos do meio ambiente, considerados não renováveis, as empresas que trocam as tecnologias que degradam a natureza por outras mais sustentáveis percebem geralmente um bom lucro. Isto porque a mesma se torna mais independente dos preços impostos pelo mercado externo, este costuma encarecer muito os preços das matérias primas, quando estas estão em falta no mercado. Além desses fatores, existem empresas que renovam suas tecnologias de produção de energia, de extração e de projetos sociais. Isto faz com que as mesmas cresçam continuamente.

4.1 COMO TORNAR SUA EMPRESA SUSTENTÁVEL.

Sustentabilidade é um objetivo para qualquer tipo de empresa e está no centro do negócio. Não precisa deixar para depois ou esperar que outras prioridades estejam resolvidas para então pensar a respeito. Os benefícios serão reais e crescentes.

Segue seis passos para tornar uma empresa sustentável segundo Rosangela Bacima – consultora da Associação ECR Brasil:

- Perguntar como minha empresa/negocio impacta o ambiente e o social?
Da mesma forma que pergunta como melhorar os resultados e lucros;

- Desenvolver um “plano de ataque” a estes impactos, de acordo com as características, história, momento atual, objetivos e desafios futuros da empresa;
- Definir o caminho a seguir, lembrando que ele é um processo que irá gerar resultados menores a princípio, mas sempre crescentes;
- Fugir de ações pulverizadas e pontuais, optando por iniciativas coordenadas e consistentes, mesmo que sejam poucas ou de pequeno porte;
- Estabelecer indicadores de acompanhamento e mensuração de resultados, que demonstrem com clareza custos, benefícios e impactos das iniciativas no negócio;
- Buscar consistência e coerência de ações, assim como manutenção ao longo do tempo. Mesmo correndo o risco da obriedade, é preciso afirmar a importância da liderança na efetividade da estratégia de sustentabilidade das empresas. Se quem decide não tiver esta visão ou não estiver convencido do valor para o negócio, tudo isso não irá passar de ideologia ou de idéias acadêmicas de pouca utilidade prática.

4.2 EMPRESAS QUE ADERIRAM À SUSTENTABILIDADE NO SEU DIA A DIA.

COOCASSIS

Desenvolvendo um trabalho junto a grupos de trabalhadores desempregados, no complexo Prudenciana, uma das regiões de maior carência do município. O trabalho tinha por objetivo discutir a problemática do desemprego.

Visando a geração de trabalho e renda e o resgate da cidadania dos catadores de recicláveis, foi constituída em Assis-SP uma cooperativa com a assessoria da UNESP e apoio da Cáritas e Prefeitura. A Cooperativa, em convênio com a Prefeitura, implantou a Coleta Seletiva, alternativa para melhoria das condições de trabalho, renda e garantia de direitos previdenciários. Conseqüentemente, a

quantidade de recicláveis disponíveis aos catadores que trabalham individualmente reduziu. A Cooperativa busca integrá-los ao grupo da Coleta, porém, muitos resistem. A compreensão dos conhecimentos construídos no cotidiano sobre Coleta, partindo da Teoria de Representações Sociais e da análise de conteúdo dos dados levantados, aponta para: a concepção individualista sustenta a resistência em trabalhar coletivamente; adotar regras, horário fixo e rendimentos divididos igualmente, é perder autonomia; desconfiança no convênio com a Prefeitura; crença de que Deus é provedor e não os deixará sem renda; participar da Coleta Seletiva é uma questão de tempo.

Sem fins lucrativos o dinheiro arrecadado com a venda dos reciclados além de ajudar mais de 134 famílias, eles investem em cursos, reuniões onde acontece o encontro das cooperativas regional para debaterem e trocar informações, na compra de caminhões e a própria melhoria no ambiente de trabalho.

PHILIPS

Fundada na Holanda há 117 anos, a Philips é uma das principais fabricantes mundiais de produtos de consumo, iluminação e saúde. Em 2007, a organização faturou US\$ 6,9 bilhões com produtos “verdes”, um aumento de 33% em relação a 2006 e o equivalente a 20% do total das vendas.

Para inserir a sustentabilidade nos negócios, a empresa deu os seguintes passos:

- Criou uma cultura voltada ao meio ambiente e à sociedade.
- Em 1994, a empresa colocou a sustentabilidade no centro da sua estratégia de negócio.
- Criou o programa EcoVision, que tem metas mensuráveis, revistas a cada quatro anos, a serem cumpridas por todas as suas unidades no mundo.

Para a Philips, a sustentabilidade trouxe redução de custos e novas oportunidades de negócio. A empresa já criou mais de 200 produtos “verdes”, que vêm conquistando cada vez mais consumidores.

Para os funcionários, trabalhar em uma companhia que tem a sustentabilidade no centro da estratégia é uma oportunidade de desenvolver habilidades importantes e estimular a criatividade para encontrar soluções inovadoras.

Para a sociedade, os programas de conscientização sobre eficiência energética tem gerado economia.

ECOESFERA

Foi fundada em 2004, pelo engenheiro civil Luiz Fernando Lucho do Valle. Depois de 28 anos como executivo de empresas do setor, Valle resolveu criar o seu próprio negócio de edifícios “verdes” com a venda de um apartamento e um empréstimo que teve como garantia os dois carros da família. A empresa já colocou no mercado 5 mil apartamentos de sua marca, Ecolife. Os edifícios têm até 18 itens de sustentabilidade e os preços variam de R\$ 80 mil a R\$ 400 mil. O faturamento foi de R\$ 602 milhões em 2008 (em volume lançado).

Para inserir a sustentabilidade no negócio, a empresa deu os seguintes passos:

- Enquanto outras construtoras trabalham com edifícios distintos entre si, a Ecoesfera buscou a padronização e a industrialização do produto. Com isso, consegue ganhos de escala;
- Ações de ecoeficiência, como a instalação de sensores de iluminação, sistemas de reaproveitamento da água das pias e chuveiros para descarga no vaso sanitário, coleta da água da chuva, sistema de coleta de óleo de cozinha e reciclagem do lixo, entre outras, geraram até 30% de economia no condomínio e passaram a ser uma grande vantagem para os compradores;
- Com preços competitivos e economia no condomínio, a empresa consegue vender seus apartamentos mais rapidamente do que outras construtoras. O giro, na Ecoesfera é de 36 meses, contra 60 meses da média do mercado;
- Com o fortalecimento econômico e de marca, a organização conseguiu melhores parceiros entre fornecedores e bancos.

Para a Ecoesfera, a sustentabilidade como objetivo do negócio, possibilitou explorar um diferencial de mercado em expansão. A empresa vem crescendo e atraindo investidores e parceiros com empreendimentos competitivos, e isso permite uma rápida comercialização de seus edifícios;

Para os compradores, de classe média e baixa, é possível adquirir apartamentos com ampla estrutura de lazer e ao mesmo tempo itens que ajudam a fortalecer o conceito de sustentabilidade e que oferecem uma grande economia de 30% na taxa do condomínio;

Para os fornecedores, a Ecoesfera tornou-se uma nova parceira que lhes dá prestígio, volume de compra e reputação no setor;

Para os investidores de fundos a companhia tem proporcionado uma boa rentabilidade associada a empreendimentos sustentáveis;

Para o meio ambiente, há um enorme benefício com a redução no uso de matérias primas, recursos naturais (energia elétrica e água) e do desperdício na obra, em um setor que tem grande impacto;

A sociedade se beneficia, pois ganha a opção de comprar um imóvel ambientalmente e socialmente responsável a um preço acessível.

SUPERMERCADOS FLORESTA

A rede de supermercados Floresta foi fundada em 1952, em Volta Redonda, interior do Rio de Janeiro. Atualmente, tem 15 lojas de varejo em seis municípios (Volta Redonda, Barra Mansa, Resende, Angra dos Reis, Valença e Barra do Piraí) e uma loja que vende atacado e varejo em Volta Redonda, chamada Pinheirão. O Floresta conta com 1.400 funcionários e emprega mais de 200 adolescentes empacotadores em um premiado programa de aprendizagem de menores – por causa dele e de outras ações de sustentabilidade, o Floresta foi agraciado pelo governo do Estado do Rio de Janeiro com o título de Empresa Cidadã por dois anos consecutivos.

Em 2001, o Floresta fundou a MaxiRede de Supermercados, junto com outras três empresas: Alto da Posse, Real de Éden e Valente (que se retirou em 2006). Em

janeiro de 2009, a Maxi Rede se uniu a outros seis grupos para criar uma nova rede de supermercados, o Floresta Supermarket, com cerca de 90 lojas.

Para conseguir bons resultados nas suas ações socioambientais, deu os seguintes passos:

- Incluiu o tema Sustentabilidade no planejamento estratégico de 2006/2007/2008;
- Produziu modelos de sacolas ecológicas acessíveis, feitas de banners promocionais reutilizados, rafia, juta e garrafas PET recicladas, com valores entre R\$ 1,99 e R\$ 9,98 – buscando parceiros entre os fornecedores, procurando utilizar como matéria prima materiais da própria empresa (banners promocionais) e de parceiros, empregando mão de obra de cooperativas de costureiras da região;
- Criou um programa de premiação para os clientes deixarem de utilizar sacolas plásticas. Os bônus verdes (conquistados a cada vez que o cliente compra uma sacola ecológica ou deixa de utilizar sacolas plásticas) dão direito a concorrer, trimestralmente, a vários prêmios;
- Não restringiu o estímulo aos clientes. Os funcionários foram valorizados e as lojas com maior adesão ao programa de substituição de sacolas plásticas por bolsas ecológicas passaram a concorrer a prêmios internos;
- Procurou conscientizar a comunidade por meio de folhetos explicativos, por ações nas lojas e por um programa junto às escolas públicas, o Floresta Viva vai à escola;
- Com a receita do programa de redução de sacolas plásticas, buscou fazer outras ações socioambientais e deu continuidade às que estavam em andamento, como a coleta do óleo de cozinha usado (Projeto Eco Óleo) e o recolhimento de outros materiais recicláveis (Projeto Reciclar) nas lojas de varejo.

Para a empresa, houve um ganho em termos de reputação e uma melhoria na relação com fornecedores, clientes e comunidade. O projeto tornou-se sustentável financeiramente e possibilitou o investimento em novas ações socioambientais;

Para os clientes, há a possibilidade de comprar bolsas ecológicas acessíveis. Além disso, aderindo ao projeto, os clientes concorrem a prêmios. E eles também encontram nas lojas um meio de reciclar óleo de cozinha usado, garrafas PET e outros materiais recicláveis;

Em relação aos funcionários, há uma melhora da auto-estima, com a valorização da sua importância por meio de palestras e um programa de premiação interna.

Para os fornecedores, há a possibilidade de parcerias no projeto Floresta Viva, que permitem a associação de suas marcas às ações socioambientais;

Para a comunidade, diversas ações do programa têm melhorado o padrão de vida e o envolvimento nas ações socioambientais. Para a confecção de sacolas ecológicas, o Floresta vem ajudando no sustento de dez famílias de costureiras da região.

Quanto ao meio ambiente, a redução de 20% no uso de sacolas plásticas na rede Floresta em seis meses traz um grande impacto, pois, sem a iniciativa, elas dificilmente seriam recicladas e teriam como destino rios e oceanos. O sucesso do Floresta serve de exemplo para outras redes, o que tem o potencial de diminuir ainda mais o impacto ambiental. Outras ações tomadas pelo grupo também beneficiam a natureza, como a coleta de óleo de cozinha usado, para reciclagem, a utilização de papel certificado, uniformes ecológicos e lojas com menor utilização de energia.

VIA PAX BIO

A empresa iniciou os primeiros plantios orgânicos em 1994, em Rancho Queimado, na região serrana de Santa Catarina. Inicialmente, vendia diretamente frutas, legumes e verduras ao consumidor. Posteriormente, com o objetivo de agregar valor, foi fundada uma unidade de processamento dos alimentos. Em 2006, a marca Via Pax Bio (que significa caminho, paz, vida) foi comprada por Ivo e Nilsa Gramkow. Eles instalaram a unidade industrial perto de Joinville. Atualmente, a empresa trabalha com 50 itens e tem mais de 200 pontos de venda no Brasil, de pequenos a grandes mercados (como o Pão de Açúcar e o Angeloni). Entre 70 e 100 agricultores

orgânicos dos estados de Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná, Bahia e São Paulo fornecem matéria-prima para a companhia.

Para buscar a sustentabilidade, a organização deu os seguintes passos:

- Antes de montar o negócio, Ivo e Nilsa Gramkow estudaram todas as possibilidades de investimento em projetos sustentáveis e chegaram à conclusão de que o ramo de orgânicos era promissor;
- Os Gramkow procuraram expandir a produção e desenvolveram relacionamento com agricultores orgânicos de cinco estados brasileiros;
- A empresa buscou uma certificação reconhecida internacionalmente para a sua unidade fabril e para os seus fornecedores, de forma a garantir ao consumidor que seus produtos são livres de agrotóxicos e conservantes e que também preservam o ecossistema;
- Buscou a sustentabilidade em todos os seus relacionamentos.

Para os Gramkow, a entrada no ramo de orgânicos possibilitou a concretização de um ideal e, ao mesmo tempo, um negócio promissor.

Para os fornecedores, o relacionamento com a Via Pax Bio garante o desenvolvimento de pequenos agricultores, que podem expandir a sua produção com a certificação dos seus produtos;

Quanto aos consumidores de produtos orgânicos, a produção certificada da Via Pax Bio garante que os produtos são de fato livres de conservantes e agrotóxicos, e por isso são mais saudáveis;

Para o meio ambiente, as ações da Via Pax Bio contribuem para a preservação da biodiversidade, da água, do ar e do solo. Como a cadeia produtiva da empresa absorve mais gás carbônico do que o produz, ela ainda auxilia a reduzir os fatores indutores do aquecimento global.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Devido à realidade que apresenta a era da sustentabilidade e do bem estar social, é natural que vejamos que as empresas terão, obrigatoriamente, que reagir revendo sua cultura organizacional e trazendo para si a responsabilidade da manutenção dos recursos naturais e sociais.

O cenário global apresenta os recursos mundiais cada vez mais escassos, problemas de desestruturação social, econômica e ambiental são reais. As empresas sendo uma das grandes forças organizadoras da sociedade terão um papel extremamente importante nas transformações necessárias daqui para frente.

O consumidor é cada vez mais consciente do peso ecológico e social de suas próprias escolhas. Assim, para a empresa garantir a satisfação dos consumidores ela terá, cada vez mais, que fornecer respostas coerentes a estes assuntos, reconhecendo a crescente sensibilidade do mercado às temáticas como a sustentabilidade e empenhando-se a atingir resultados positivos a favor do ambiente.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de et al. Gestão Ambiental: Enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável. ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

ARIZPE, Lourdes. As Dimensões Culturais da Transformação Global: Uma Abordagem Antropológica. Brasília: UNESCO, 2001.

CALLENBACK, Ernest et al. Gerenciamento ecológico: guia do Elmwood de auditoria ecológica e negócios sustentáveis. 1. ed. São Paulo: Cultrix, 1993.

DALABRIDA, Valdir Roque. Novos Cenários, Novas Exigências para o Desenvolvimento Regional. Ijuí: Editora Unijui, 2000.

DAMASCENO, Vania Aparecida Rodrigues. Inteligência espiritual e o impacto positivo para a sustentabilidade das organizações, 2008

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa, 2000.

FONSECA, Ana Cláudia; VITURINO, Robson. Economia Limpa: Executivos Verdes. Revista Veja, Editora Abril, v. 2145, n. 52, dezembro, 2009. p.234-239

GRANDO, João Werner. Sustentabilidade. Revista Guia Exame, Editora Abril, novembro, 2009. p. 26-55.

LEMOS, Amalia Inês G. de. Impactos sociais ambientais. São Paulo: Hucitec, 1999

MURPHY, Carolina Cabral. A importância do investimento ambiental integrado e sustentável. Disponível em [HTTP://www.revistasustentabilidade.com.br](http://www.revistasustentabilidade.com.br) Acesso em 17 abr 2010.

PINTO, Vitor Gomes. Desenvolvimento Sustentável pra Valer. Revista Você S/A, Editora Abril, fevereiro 2003. p. 26.

PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE. Disponível em <http://www.bancoreal.com.br> Acesso em 10 ago. 2010.

ROMEIRO, Ademar Ribeiro. Economia do meio ambiente. Campinas: Fapesp, 1996

SUSTENTABILIDADE. Disponível em [HTTP://www.sustentabilidade.org.br](http://www.sustentabilidade.org.br) Acesso em 14 abr 2010.

TOMÉ, Flávio. Tudo o que você precisa saber sobre Selo Verde e Ecoetiquetas: Certificações Ambientais e Sociais. São Paulo: Projeto W3. Disponível em [HTTP://www.cnda.org.br](http://www.cnda.org.br) Acesso em 17 abr 2010

ZOHAR, D.. Deus e negócios (S.l. 2001). Disponível em [HTTP://www.inclusao.com.br/projeto_textos.htm](http://www.inclusao.com.br/projeto_textos.htm) Acesso em 14 abr 2010.