

Em dia com o planeta

Por Denise Turco

Quando incorporada corretamente aos negócios, sustentabilidade corporativa traz ganhos que se multiplicam nos aspectos econômico, social, ambiental e de imagem

A crise hídrica, o aumento das tarifas de energia, a indisponibilidade de determinadas matérias-primas e a necessidade de reciclagem colocam a sustentabilidade na pauta do governo, da população e das empresas com cada vez mais força. No meio corporativo, as boas práticas nessa área ganharam status de estratégia, começando na presidência e se espalhando entre todos os colaboradores.

Assim, coleta seletiva, assistencialismo, economia de recursos naturais, entre outras ações representam apenas uma fração do que é possível fazer em termos de sustentabilidade. Cada vez mais as empresas criam estratégias que se conectam ao seu core business e sejam capazes de atrair investidores. Isso se fortaleceu ainda mais nos últimos anos, com o Índice Dow Jones de Sustentabilidade, indicador de performance financeira de companhias que adotam as melhores práticas de sustentabilidade em âmbito mundial. Criado em 1999, o índice disponibiliza a lista de empresas de capital aberto que aderem às causas sociais e ambientais, identificando seus resultados e classificando-as como sustentáveis ou não.

Mas, além da questão financeira, nas últimas décadas, a sustentabilidade tem sido discutida sob diferentes pontos de vista, em âmbito local ou global, pautada ora pelo governo, ora sociedade, ora pelas organizações. Só para citar al-

guns exemplos, as discussões e acordos mundiais, como o Protocolo de Kyoto, a Rio 92 e a Rio+20; e, mais recentemente, a Lei Nacional de Resíduos Sólidos. Sem contar os inúmeros projetos que envolvem a promoção de trabalho e renda da população mais pobre, iniciativas na área de educação, saúde e defesa dos direitos humanos visando o bem-estar da sociedade. Nesse cenário, a sustentabilidade corporativa tornou-se um tema muito amplo, que mescla vários conceitos de responsabilidade ambiental, social e cidadania corporativa.

E hoje, como o assunto é tratado pelas empresas brasileiras? Quais foram os ganhos até o momento e em quais aspectos é preciso avançar? A boa notícia é que, no País, as companhias já entendem que o tema não é voltado somente à proteção ambiental e filantropia, mas envolve aspectos econômicos e socioambientais, fazendo com que a sustentabilidade não seja uma opção, mas uma obrigação para aqueles que querem garantir a sobrevivência no mercado.

Segundo a presidente-executiva da Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins (ABIPLA), Maria Eugenia Saldanha, atualmente, além do tripé da sustentabilidade, que envolve os aspectos econômicos, sociais e ambientais, já se ouve falar em mais dois: o cultural e o político, comprovando que essa prática se faz, de fato, pre-

sente e importante em todas as esferas da sociedade.

A sustentabilidade, inclusive, pode ser lucrativa se incorporada corretamente nos negócios da empresa, de acordo com a pesquisa “O Estado da Gestão para a Sustentabilidade no Brasil”, realizada pelo Núcleo de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral (FDC) em 2014. Segundo o estudo, a adoção desses conceitos é uma prioridade para 92% das companhias consultadas. Colaboradores e fornecedores têm sido vistos como os stakeholders mais influentes nas atividades das empresas e com papel central nas políticas de sustentabilidade. A pesquisa também revela que a principal motivação para 91% das empresas adotarem a sustentabilidade é a percepção de sua contribuição para a melhoria da reputação e imagem.

“As empresas brasileiras compreendem, cada vez mais, o conceito da sustentabilidade e começam a buscar referências para atuar em prol disso em contextos diversos. Os avanços podem, portanto, ser interpretados como um reflexo do próprio amadurecimento da sociedade e de suas expectativas perante as empresas”, afirma a professora do Núcleo de Sustentabilidade da FDC, Flávia Alvim.

Mas ainda há espaço para avanços no que diz respeito a metas, diretrizes e programas que permitam a gestão interna do tema de forma mais estratégica. Segundo

Flávia Alvim, da Fundação Dom Cabral
Gestão sustentável reduz custos e contribui para a retenção de talentos

Flávia, “um aspecto relevante é que as empresas têm percebido a importância de ir além da legislação, e o papel da liderança é fundamental nesse sentido”.

O estudo mostra, ainda, que há uma distância entre discurso e prática, na medida em que as empresas compreendem que a sustentabilidade deve contemplar atividades que geram resultados aos stakeholders, porém elas não aplicam, efetivamente, os pressupostos da sustentabilidade nos negócios.

A amostra da pesquisa realizada em 2014 envolveu 602 entrevistados, representando mais de 400 empresas. A metodologia utilizada foi elaborada pelo Boston College Center of Corporate Citizenship (BCCCC), dos Estados Unidos, que realiza, desde 2002, um estudo similar. Desde 2012, o Núcleo de Sustentabilidade da FDC realiza esse levantamento bianual com o objetivo de traçar um panorama do processo de gestão sustentável nas empresas brasileiras.

VISÃO ESTRATÉGICA

A gestão sustentável é aquela que se preocupa com os impactos da empresa de uma forma ampliada, atenta aos diversos stakeholders com os quais ela se relaciona e, ao mesmo tempo, ajuda a alcançar bons resultados para o negócio.

“Se concebida de maneira estratégica, a sustentabilidade permite que a empresa seja consciente de seu papel na so-

ciedade, promova o bem-estar dos colaboradores, contribua para a preservação do meio ambiente e também identifique oportunidades de geração de vantagem competitiva. Algumas empresas com perfil mais transformador percebem, ainda, que podem criar novos mercados ou desencadear mudanças sociais profundas”, projeta Flávia Alvim.

No entanto, a grande dificuldade é traduzir o que é, de fato, sustentabilidade para cada negócio. “Antes as empresas estavam mais preocupadas em promover ações de assistencialismo, voluntariado e medidas ambientais, como compensação de emissão de carbono. Tudo isso é válido, mas agora é o momento delas se questionarem se essas iniciativas isoladas têm efeito e estão relacionadas ao seu core business”, avalia o diretor da consultoria Key Associados, Alexandre Hernandez.

PEQUENAS EMPRESAS

Atualmente, segundo Hernandez, as grandes empresas, que já têm práticas sustentáveis há algum tempo, estão ca-



Alexandre Hernandez, da Key Associados
Estratégia de sustentabilidade deve estar ligada ao core business da empresa

DICAS PARA AS PEQUENAS EMPRESAS COMEÇAREM UMA GESTÃO SUSTENTÁVEL

4| Sua companhia possui um responsável ou uma equipe, metas, diretrizes, treinamentos, políticas corporativas e indicadores para gerir a sustentabilidade? Não adianta enxergar o tema como algo estratégico se não houver um sistema de gestão voltado para ele.

5| É preciso que a diretoria esteja à frente e se envolva nos processos de sustentabilidade; do contrário, o tema não caminha dentro da empresa. Afinal, os colaboradores dedicam tempo e esforço àquilo que veem como importante para a liderança.

1| Por ser um tema amplo, é preciso definir o que a sustentabilidade significa para sua empresa, ou seja, o que é prioridade para organização quando se fala no tema. Para que ela seja vista como uma estratégia, é necessário ter claro quais são as motivações principais para se engajar no assunto.

2| Divulgar resultados demonstra comprometimento com as partes interessadas, ética e responsabilidade.

3| Ao adotar atitudes e práticas sustentáveis, as empresas tendem a conquistar e fidelizar essa enorme clientela consciente e engajada na mudança de hábitos e comportamento da humanidade.

6| Mapear o que é feito nos aspectos socioambientais ou econômicos, é um passo importante para identificar oportunidades de melhorias e de negócios. Isso porque os principais desafios nas práticas sustentáveis estão relacionados à diminuição de matéria-prima, emissões de carbono, geração mínima de resíduos e eficiência do uso de recursos.

7| A gestão sustentável é inerente ao mundo dos negócios, pois toda empresa visa lucro e depende de recursos naturais para tocar sua operação. Quanto mais sustentável for o empreendimento – em termos econômicos, ambientais e sociais –, melhor serão os resultados.

pitalizando esses investimentos. Num primeiro momento, elas tinham projeto para entender o conceito. Depois, passaram pela fase do relatório de sustentabilidade, mas hoje estão preocupadas com o lucro, o valor percebido da marca, a redução de despesas e a diminuição do risco do negócio. A partir disso, elas buscam, dentre outros, por financiamentos com taxas mais atrativas, atrair investidores com mais facilidade, além de conseguir um engajamento maior da cadeia de fornecedores. “É uma somatória de ganhos financeiros”, ressalta Hernandez.

As pequenas e médias empresas são as grandes geradoras de emprego e renda no País e, muitas vezes, já se pautam por princípios sustentáveis, apesar de nem sempre terem essa consciência. Por exemplo: elas já atendem às legislações de meio ambiente, adotam ações para melhorar a eficiência energética (por uma questão de custo) e da água (por conta da escassez). “O pequeno empresário está ligado numa cadeia de fornecimento da grande empresa, que exige critérios socioambientais. Por conta disso, os pequenos começam a se mexer”, observa Hernandez.

Segundo a especialista da FDC, há pequenas empresas que já identificaram oportunidades de atuação em nichos específicos nos quais a sustentabilidade é fator de diferenciação. São exemplos os produtos que fazem uso exclusivo de madeiras certificadas ou materiais reciclados, comunidades extrativistas que preservam a biodiversidade, inclusão de minorias no processo produtivo, certificações como o Selo FairTrade (comércio justo), dentre outros.

No entanto, há organizações menores que acreditam que a sustentabilidade é algo sofisticado e incompatível com os

SUSTENTABILIDADE EM CÓDIGO

GS1 Brasil inicia programa estratégico com uma série de iniciativas socioambientais

A preocupação em apoiar e desenvolver iniciativas socioambientais sempre foi importante para a GS1 Brasil. Ao longo dos últimos anos, a entidade vem desenvolvendo diversas ações, principalmente com foco em educação e formação de jovens, além de ajudar no crescimento das empresas, melhorando seus processos por meio da automação.

Agora, a entidade incluiu o tema como pauta estratégica para aprimorar e consolidar essas práticas. Assim, a GS1 Brasil lança o programa Sustentabilidade em Código, com o objetivo de dar um salto das ações pontuais para um conjunto de práticas focadas em seu core business. “Trabalharemos na construção de uma cultura organizacional, disseminando a responsabilidade social nos processos da GS1 Brasil para que todos entendam esse tema como parte estratégica da organização e criação de valor para as partes interessadas”, afirma a CEO da GS1 Brasil, Virginia Villaescusa Vaamonde. “Queremos promover mudanças e criar oportunidades”, completa.

Nesse sentido, uma das novidades é a iniciativa que contempla a profissionalização e a automação de organizações não governamentais (ONGs). As parcerias devem começar em breve com três entidades. “A GS1 oferece várias soluções que já beneficiam as empresas no que diz respeito ao controle de estoque e informações sobre vendas por meio da utilização do código de barras, principalmente. Agora, queremos levar isso para ONGs”, explica o gerente da área de marketing e relações institucionais da GS1 Brasil, Frederico Bellini. Os projetos em desenvolvimento ajudarão a identificar os produtos vendidos por entidades assistenciais – como camisetas, cuja renda colabora significativamente para a manutenção das atividades, além de ajudar a fazer controle de estoque, movimentação e expedição. Em cada caso será avaliado a melhor solução, que pode ser desde o código de barras até a RFID.

Outra ação que será realizada pela primeira vez é o patrocínio do nadador André Brasil, atual recordista mundial nos 50, 100 e 800 metros livre e nos 50 e 100 metros borboleta. O carioca, campeão paraolímpico, pratica o esporte desde a in-

fância, depois de diagnóstico de poliomielite. Atualmente, ele treina no Esporte Clube Pinheiros, em São Paulo (SP).

No pilar ambiental, a entidade, que já faz a reciclagem de lixo, pilhas e baterias, a partir de agora passa a montar um estande sustentável nos eventos que participa, fazendo, inclusive, a compensação do CO2 e o reaproveitamento de materiais.

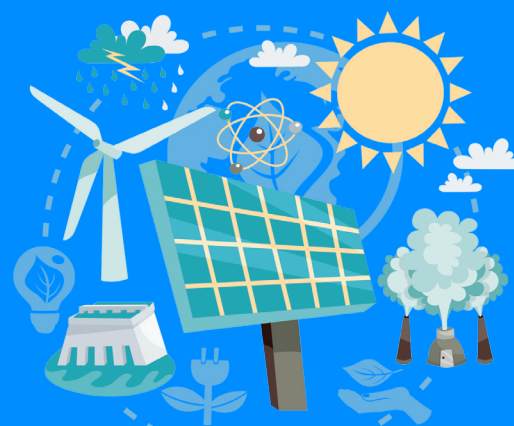
Segundo o presidente da GS1 Brasil, João Carlos de Oliveira, o Sustentabilidade em Código foi criado no ano passado e entrou na pauta estratégica da entidade. Em 2015, a iniciativa começa a ganhar corpo. “A expectativa é reforçar nossos valores corporativos para ficar em dia com o planeta e com a sociedade, abraçando novas práticas a fim de garantir um futuro mais sustentável para as próximas gerações”, afirma Oliveira.

PRINCÍPIOS PRESERVADOS

O projeto Sustentabilidade em Código potencializará as iniciativas que já estão em andamento, como as contribuições mensais para instituições focadas no apoio e à saúde e à educação de jovens.

Há 12 anos, por exemplo, a GS1 Brasil mantém parceria com a Associação Nova Projeto, instalada na capital paulista, com o Programa de Capacitação de Jovens Portadores de Deficiência Intelectual com o objetivo de inseri-los no mercado de trabalho. Para isso, os jovens participam de um curso com duração de quatro meses, com aulas de práticas administrativas, logística e varejo. A cada turma capacitada, a GS1 Brasil contrata um profissional para fazer um estágio em sua sede. Os demais são encaminhados, principalmente, para empresas varejistas por meio de parceria com a Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS). Atualmente, a Nova Projeto qualifica o 35º grupo, totalizando 415 alunos, com uma média de 330 empregados. “O programa promove a inclusão do jovem na sociedade e gera impactos positivos nas famílias dos jovens capacitados”, reforça Bellini.

Também na linha da educação profissional, a GS1 Brasil tem parceria com o Centro de Integração Empresa-Escola





Inclusão e capacitação

Há 12 anos, a GS1 Brasil e a Associação Nova Projeto mantêm programa para qualificar jovens portadores de deficiência intelectual para o mercado de trabalho

(CIEE), no Programa Jovem Aprendiz para oferecer a oportunidade do primeiro emprego para jovens que cursam o ensino médio. Desde que iniciou essa ação, em ano, a GS1 Brasil colaborou para a formação de 23 estudantes. Na entidade, eles realizam um estágio com duração de um ano e meio nas áreas de comunicação e atendimento.

Outra iniciativa que a entidade pretende reforçar neste momento, a fim de evidenciar o compromisso com as várias frentes que envolvem a sustentabilidade, é o Pacto Global – ligado à Organização das Nações Unidas (ONU). O objetivo é mobilizar a comunidade de negócios mundial para a adoção de políticas e práticas empresariais com valores internacionalmente reconhecidos.

Há 11 anos, a GS1 Brasil é signatária do Pacto Global, que tem como base dez princípios norteadores: 1) a empresa deve apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos; 2) assegurar que não terá participação na violação desses

direitos; 3) apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento do direito à negociação coletiva; 4) eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório; 5) abolição do trabalho infantil; 6) eliminação da discriminação no emprego; 7) apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais; 8) desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental; 9) incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis; e 10 - combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

A GS1 Brasil também possui a Certificação ISO 14001, na área ambiental, e a NBR 16001, de responsabilidade social. A entidade buscou essas certificações há alguns anos para garantir que atua de acordo com as melhores práticas de mercado e, assim, fortalecer seu compromisso socioambiental.

Para apoiar todas as iniciativas do Sustentabilidade em Código, a GS1 Brasil preparou um conteúdo voltado para divulgação do programa, já disponível em seu site, e promoverá campanhas para fortalecer o

engajamento dos colaboradores. Os resultados de todas as ações serão divulgados em um relatório anual de sustentabilidade. Por fim, para incentivar e reconhecer ações de responsabilidade socioambiental entre as empresas associadas e parceiros, a GS1 Brasil lançará uma nova categoria no Prêmio Automação deste ano.

PADRÕES SUSTENTÁVEIS

Os padrões e códigos globais também podem apoiar as estratégias de negócios e, ao mesmo tempo, ajudar na preservação dos recursos naturais e financeiros. Assim, com o programa Sustentabilidade em Código, a GS1 Brasil planeja mostrar de forma mais evidente os benefícios inerentes às soluções de automação.

“Os padrões GS1 promovem a automação dos processos das empresas e, com isso, ajudam a otimizar os recursos ao longo da cadeia de abastecimento. Assim, é possível obter ganhos de eficiência consideráveis, desperdiçando menos matérias-primas e recursos naturais”, explica o diretor de sustentabilidade do escritório global da GS1, na Bélgica, Jim Bracken. Isso tem impacto em vários aspectos: redução de emissões de CO₂, menos retrabalho, menor consumo de matéria-prima, de energia e de outros recursos.

O código de barras no padrão GS1, como o EAN-13 e o GS1 DataBar, identificam os produtos, que, quando verificados pelos sistemas dos pontos de venda, ajudam a controlar as vendas com precisão, melhorar o reabastecimento das gôndolas, fazer a gestão do inventário em tempo real e reduzir o desperdício de produtos perecíveis.

O EDI (troca eletrônica de dados) garante que as empresas emitam ordens de pedido mais precisas, reduzindo os custos associados a entregas desnecessárias e reembalagem. Desse modo, fabricantes, operadores logís-

Virginia Vaamonde, da GS1 Brasil
Projeto Sustentabilidade em Código cria oportunidades para comunidade de negócios



Foto: Paulo Pepe

ticos, transportadores e prestadores de serviços podem planejar melhor suas operações, reduzindo o número de entregas, os custos de energia e as emissões de CO₂.

A rastreabilidade do produto desde a matéria-prima até o consumidor final é facilitada pelo uso dos diversos tipos padrões gerenciados pela GS1, como o código de barras EAN-13, o DataBar e o EPC (contido na etiquetas RFID e que atribui um único número de série para cada produto, permitindo fazer a rastreabilidade).

Outra solução destacada por Bracken é o sistema GS1 EPCIS, que, no futuro, propiciará a visibilidade e a rastreabilidade ao longo de toda a cadeia de abastecimento desde a extração de matéria-prima, passando por todas as etapas de produção até chegar ao ponto de venda, ajudando a ter melhorias significativas em termos de redução do desperdício. Isso é possível porque o EPCIS, que reúne uma série de ferramentas e tecnologias, possibilita às empresas compartilhar dados dos produtos e de sua movimentação ao longo da cadeia, de forma automática.

Em âmbito mundial, a GS1 lidera ações e soluções para apoiar a sustentabilidade. Segundo Bracken, companhias das áreas de alimentos e bebidas,

que enfrentam a escassez de matérias-primas, têm trabalhado em estreita colaboração com os seus parceiros para garantir que o setor agrícola adote boas práticas. A ideia é melhorar a produtividade e, ao mesmo tempo, reduzir o impacto ambiental.

No mundo corporativo, outro exemplo é a Basf, que utiliza os padrões a favor das práticas sustentáveis. A empresa, líder na área química e considerada uma das mais inovadoras do planeta, possui um programa estruturado para fabricar produtos mais sustentáveis há quase duas décadas. Para isso, a companhia buscou compreender o ciclo de vida das mercadorias em toda a cadeia de abastecimento e o impacto ambiental, social e econômico gerado. A partir daí, criou ferramentas e processos para mais de 450 produtos. O uso dos padrões GS1, em especial do código de barras, foi fundamental tanto para fazer a rastreabilidade de cada produto quanto das melho-

rias de sustentabilidade em vários níveis da cadeia de abastecimento.

Outra iniciativa importante é da unidade brasileira da Hewlett Packard (HP), com o programa de logística reversa Smart Waste. No Brasil, cada impressora que sai da linha de produção possui uma etiqueta inteligente desde 2006. Aos poucos, o uso da RFID, no padrão global EPC, foi estendido para outros tipos de mercadorias, entre elas os cartuchos e processos. No entanto, a empresa queria ir além e desenvolveu novos produtos a partir da reciclagem de itens que foram descartados, gerando assim benefícios para o meio ambiente e para a própria companhia. Usando uma solução padronizada de RFID, a HP consegue socializar a forma de fazer a rastreabilidade do produto, pois instalou uma unidade de leitura de RFID nos pontos de reciclagem. Dessa maneira, passou a saber qual o componente de cada produto está sendo coletado de volta e, assim, aprimorar a sua qualidade final. ■■■

MOTIVAÇÃO PARA AS EMPRESAS BRASILEIRAS ADOTAREM A SUSTENTABILIDADE

Melhorar reputação e imagem

91%

Importante para clientes e consumidores

86%

Faz parte da estratégia de negócios

78%

Fonte: Fundação Dom Cabral

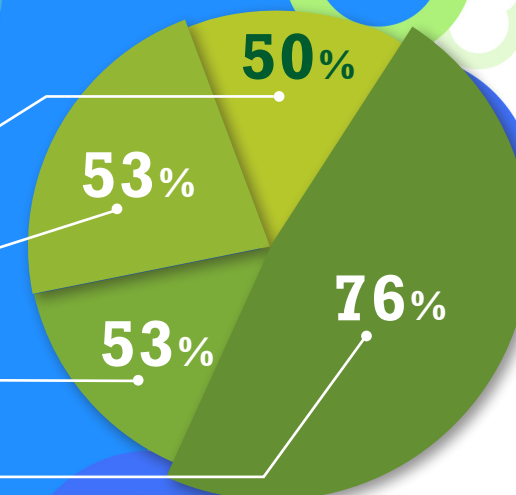
INICIATIVAS ADOTADAS PELAS EMPRESAS BRASILEIRAS

Desenvolvimento de produtos e serviços sustentáveis

Treinamentos para ampliar a conscientização dos trabalhadores

Utilização da sustentabilidade como um diferencial mercadológico

Redução de custos por meio de melhorias na eficiência do uso de materiais



Fonte: Fundação Dom Cabral