

As empresas estão conscientes de que a natureza tem recursos finitos, mas precisam incorporar efetivamente a gestão ambiental aos seus valores e no cotidiano de suas operações

Momento da virada

Os problemas ambientais se tornam preocupantes e a civilização humana precisa tomar uma atitude coletiva para cuidar do planeta. O aumento de temperatura da Terra, a destruição da camada de ozônio, o esgotamento dos recursos naturais, o consumo acelerado são problemas conhecidos.

Diante disso é necessário buscar alternativas para minimizar esses problemas e buscar um novo modelo de crescimento econômico que considere a preservação do planeta.

É nesse ponto que entra a gestão ambiental, a adoção de um conjunto de medidas e estratégias que as empresas devem implementar no seu processo produtivo e/ou práticas de atuação para causar o mínimo impacto possível na natureza. Isso não significa impedir o desenvolvimento, mas a aposta em um crescimento sustentável.

Lentamente as empresas se conscientizam e mudam sua postura. Atualmente no Brasil há situações díspares. Enquanto muitas organizações ainda não fazem nada para ajudar o planeta, outras já se tornaram benchmark mundial em gestão ambiental.

“De maneira geral houve grande sensibilização para essa questão, principalmente nas regiões Sudeste e Sul, que são mais industrializadas e onde há maior concentração de fábricas antigas que aos poucos se adaptam aos novos tempos”, afirma a pesquisadora da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq) e coordenadora do curso de gestão ambiental, Odaleia Telles Marcondes Machado Queiroz.

A maioria das empresas ainda está no âmbito das intenções e poucas aderiram à gestão ambiental, segundo

o diretor-geral da consultoria Lannes & Hoffmann, João José Lannes. “Há empresas que dizem que adotaram as práticas ambientais para fazer marketing, mas na realidade não vivem isso plenamente”, critica.

Cada vez mais as leis ambientais impõem restrições e responsabilidades às empresas e isso faz com que reestruturem seus processos. Entre os exemplos mais recentes estão a Política Nacional de Resíduos Sólidos, em que o fabricante é obrigado a dar adequada destinação ao que produz, e as leis que restringem o uso de sacolas plásticas em várias cidades do País.

A legislação ambiental brasileira é rígida e tida como uma das melhores do mundo, segundo Odaleia. “A Lei dos Crimes Ambientais prevê multas altíssimas, então é melhor que a empresa reveja seus processos e se enquadre nas regras. A tendência é que as leis se tornem ainda mais rígidas, apesar de a fiscalização ainda ser precária em alguns locais do País.”



Lannes: necessidade de fazer a gestão ambiental de modo holístico



Parte das companhias brasileiras está se adequando porque seus clientes, sejam consumidores ou outras empresas conscientes, passaram a fazer exigências. Quem exporta para países europeus principalmente, sabe das restrições impostas a processos produtivos que não respeitam o meio ambiente ou à extração ilegal de matérias-primas.

Outro grupo de empresas adota espontaneamente o sistema de gestão que prioriza a preservação ambiental, pois ajuda a reduzir custos e as tornam mais competitivas, ajudando até a atuar em nichos de mercado mais rentáveis.

Em 1993 a International Organization for Standardization (ISO) lançou a ISO 14000, uma série de diretrizes sobre a gestão ambiental nas empresas. Desde aquela época a expectativa era de que uma grande quantidade de companhias brasileiras aderisse espontaneamente à norma. "Mas isso não aconteceu. Hoje no País há apenas mil certificados válidos da ISO 14000. Já chegou a três mil certificações, porém muitas empresas perderam porque não cumpriram os processos ou não realizaram os investimentos requeridos", conta Lannes.

VANTAGENS

A área de gestão ambiental tem o papel de sensibilizar os dirigentes sobre a importância de estabelecer uma política ambiental, que deve ser construída juntamente com os funcionários, ser divulgada internamente e depois para o público externo. As empresas também podem contar com uma consultoria especializada na área.

Ao estabelecer uma política ambiental é preciso definir qual é a missão, os objetivos, os custos de longo prazo e o que a empresa pretende fazer como medidas preventivas (para causar o mínimo impacto) e compensatórias (para resolver o impacto já causado no passado).

Em geral, as empresas têm feito investimentos relacionados à destinação adequada de lixo, tratamento de efluentes, diminuição da poluição de bacias hidrográficas, controle de emissão de resíduos (gases, sólidos ou líquidos) e manutenção de equipamentos.

Há cerca de 40 anos a maioria das empresas em todo o mundo não se inquietava com os danos que poderiam causar ao planeta. Com a aceleração da industrialização, o foco estava na

BENEFÍCIOS DA GESTÃO AMBIENTAL EMPRESARIAL

A gestão ambiental pode ser adotada por qualquer empresa, não importa o porte ou o ramo de atuação. Para que a implementação seja efetiva, a conscientização ambiental deve fazer parte dos valores éticos da companhia. Empresas que adotam esse sistema de gestão conseguem reduzir custos, se tornam mais competitivas e melhoram sua imagem no mercado. Organize os processos e identifique onde pode ter um risco ambiental em sua operação

produtividade. Mas casos de acidentes graves começaram a despertar a atenção para o tema. No Brasil, um exemplo conhecido é o de Cubatão, em São Paulo, que concentra grande número de indústrias. Na década de 1980 era a cidade mais poluída do mundo.

As mudanças começaram mais efetivamente há uma década, mas ainda há um longo caminho a ser percorrido pelas empresas. Hoje há uma pressão do mercado, em nível mundial, para que as organizações tenham, pelo menos, um esboço sobre como se relacionam com os recursos naturais.

SUSTENTABILIDADE



Natura adota práticas sustentáveis em suas fábricas e investe em embalagens recicláveis

A gestão ambiental pode entrar na agenda de qualquer empresa, não importa o ramo de atuação e o porte. “A conscientização ambiental tem de atingir os valores éticos das empresas. Somente dessa forma a adesão à questão ambiental será efetiva”, acredita Odaleia.

Na opinião do consultor da Lannes & Hofman, a causa ambiental vai além dos portões da empresa. Quando apresenta os conceitos e implementa as práticas, os funcionários são 100% aderentes às novidades e levam esses conhecimentos para família e amigos.

Segundo Lannes são muitas as oportunidades para as empresas implementarem novos processos, o que depende da área de atuação. De modo geral, é possível começar com ações simples, porém eficazes: evitar desperdício de materiais, usar lâmpadas econômicas, aproveitar os dois lados do papel, fazer o reaproveitamento de água. Inicialmente, a empresa terá custos adicionais para fazer essas adaptações. Mas se os conceitos são bem aplicados geram uma economia que vale a pena.

O consultor reforça a necessidade de enxergar a gestão ambiental de modo holístico e não agir de modo superficial. Exemplos: exigir que a empresa tercei-

rizada de limpeza use materiais biodegradáveis e se preocupar em comprar móveis fabricados com madeira extraída de forma legalizada. “A existência de uma empresa não deve piorar o mundo, mas trazer algo de bom para ele.”

INICIATIVAS

As empresas sustentáveis passaram a atrair os grandes investidores do mercado financeiro em todo mundo. Eles consideram que esse tipo de organização gera valor no longo prazo, pois está mais preparada para enfrentar riscos econômicos, sociais e ambientais. No Brasil, essa tendência já teve início com a Bovespa. Em conjunto com o Ministério do Meio Ambiente e outras instituições, ela criou o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), índice de ações para os investimentos socialmente responsáveis. Um dos objetivos é incentivar as boas práticas sustentáveis no meio empresarial brasileiro.

A fabricante de cosméticos Natura é um exemplo de empresa em que o desenvolvimento sustentável orienta a maneira de fazer negócios. A gestão integrada dos aspectos econômico, social e ambiental em todos os processos mudou o cotidiano das operações há alguns anos. A empresa adotou indica-



dores socioambientais que fazem parte de suas metas estratégicas e criou a diretoria de sustentabilidade, cujo papel é mobilizar e disseminar as práticas em toda a empresa.

Com as melhorias na eficiência de recursos, a Natura reduziu em 10% o consumo de água e diminuiu em 21% as emissões relativas de gases causadores do efeito estufa em 2010. Em relação a esse último aspecto, a empresa já traçou metas até 2013.

Desde o ano passado, a companhia iniciou a fabricação de alguns produtos na Argentina, no México e na Colômbia. Com essa nova configuração da produção, a expectativa é reduzir em 70% as emissões de gases estufas referentes à logística de abastecimento nesses países. Outra iniciativa recente foi o lançamento da primeira embalagem de refil de polietileno produzido a partir da cana-de-açúcar, fonte de energia renovável, e 100% reciclável. A empresa já fabrica embalagem refil a partir de PET reciclado. (D.T.) ■■■