

ANO V / Nº 28 / JAN-FEV 2012

Conexão

SEBRAE
SP



O CAMINHO MODELO

*Empresas buscam se pautar
pelos conceitos da nova ordem
socioeconômica-ambiental*

TERRA NATURAL

Agricultores adotam novas técnicas de manejo e plantio para ter produtos mais puros

GESTÃO CONSCIENTE

Municípios se empenham em praticar na administração pública os princípios sustentáveis

APRENDER A LIÇÃO

Na educação, a nova palavra de ordem é formar cidadãos e profissionais comprometidos

AGREGAR VALOR

Serviços e indústria sustentáveis geram economia e empregos

BONS VENTOS PARA O SEU NEGÓCIO!



Em outubro de 2012
começa o **MAIOR EVENTO DE
EMPREENDEDORISMO** de São Paulo.

A Feira do Empreendedor traz ótimas
oportunidades de negócios, orientações
sobre gestão de empresas, troca de
experiências, tecnologias e inovação.

- Palestras, workshops e atendimento a empresários;
- Exposição de produtos e serviços diferenciados e inovadores;
- Excelentes oportunidades de negócios.

AGENDE-SE!
25 a 28 de outubro de 2012



Mais informações:



ADMIRÁVEL MUNDO NOVO

Não é mais novidade que vivemos em um mundo cada vez mais globalizado, integrado e interconectado. As certezas que tínhamos até o momento podem não servir neste novo modelo de sociedade.

Produzir bens e serviços visando apenas o lucro pelo lucro já não é mais um valor com o qual as atuais e futuras gerações vão compactuar. É preciso fazer ajustes diários, construir novas relações e novas maneiras de produzir sem perder de vista os valores morais e éticos que regem toda e qualquer sociedade, em qualquer tempo.

O que vale agora é a produção que busca o lucro financeiro aliado ao lucro social, ou seja, o empreendimento diferenciado e competitivo é aquele que amplia seus horizontes e busca novas soluções para os problemas do seu entorno.

Não apenas na dimensão econômica, em que as margens de lucro promovem o constante reinvestimento em melhorias do processo, mas também nos pilares sociais – cuidando da comunidade em sua volta – e ambiental. Que vale o sucesso financeiro de uma empresa se os seus vizinhos encontram-se em situação subumana e a natureza, fonte de recursos, está degradada?

As micro e pequenas empresas, por conta de seu perfil altamente inovador, criativo e flexível, têm a possibilidade de tornarem-se referência na questão do desenvolvimento sustentável desde que se

tornem verdadeiras empresas sociais ao colocar como meta, além do “caixa azul” no final de cada mês, quesitos como cooperação e preocupação com o meio ambiente, com a ética e a cidadania.

Ao se comprometerem com a sustentabilidade do negócio, da comunidade e do planeta, os dois milhões de empresários paulistas estarão fazendo sua parte.

É claro que somente a adoção de boas práticas em sustentabilidade pelo sistema produtivo nacional não será suficiente para que o Brasil torne-se exemplo a ser seguido no quesito desenvolvimento sustentável.

Cabem aos formuladores e executores de políticas públicas as tarefas de modernizar nosso arcabouço legal, recheado de marcos regulatórios que não condizem mais com a realidade deste século e impedem os avanços necessários, e de trazer críticas construtivas que ajudem na evolução do País.

A presente edição é um resumo deste admirável mundo novo. Esperamos que as informações e experiências relatadas possam servir de estímulo para que empresários e lideranças públicas ajam de forma integrada, focada e organizada.

Desta forma, acreditamos que, em breve, o Brasil será considerado uma referência positiva, digna de constar nos livros de história como País que “saiu na frente” neste novo mundo, onde cada um depende de todos e todos de cada um.

Alencar Burti, Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae-SP

CONSELHO DELIBERATIVO DO SEBRAE-SP

Associação Comercial de São Paulo (ACSP)
Alencar Burti - Presidente

Associação Nacional de Pesquisa, Desenvolvimento e Engenharia das Empresas Inovadoras (Anpei)
Celso Antonio Barbosa

Banco do Brasil
Diretoria de Distribuição São Paulo
Antonio Maurício Maurano (interino)

Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de São Paulo (Faesp)
Fábio de Salles Meirelles - Presidente

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio)
Abram Szajman - Presidente

Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp)
Paulo Antonio Skaf - Presidente

Fundação Parque Tecnológico de São Carlos (Parqtec)
Sylvio Goulart Rosa Júnior - Presidente

Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT)
João Fernando Gomes de Oliveira - Presidente

Nossa Caixa Desenvolvimento
Milton Luiz de Melo Santos - Presidente

Secretaria do Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia.
Paulo Alexandre Barbosa

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)
Carlos Alberto Silva

Sindicato dos Bancos de Estado de São Paulo (Sindibancos)
Wilson Roberto Levorato

Superintendência Estadual da Caixa Econômica Federal (CEF)
Paulo José Galli

DIRETORIA

Diretor-superintendente - **Bruno Caetano**
Diretor Técnico - **Ricardo Tortorella**
Diretora de Administração e Finanças - **Regina Bartolomei**

REDAÇÃO

Supervisores do projeto
Eduardo Marcos Pugnali e Eliane Auxiliadora dos Santos
Produção e Coordenação
Fischer2 Indústria Criativa Ltda.
Coordenador do projeto - **Marcus Barros Pinto**
Editor Responsável - **Jander Ramon** - MTB 29.269
Editora Executiva - **Selma Panazzo**
Editor Assistente - **André Rocha**
Reportagem - **Cinthia Cunha de Paula, Enzo Bertolini, Gabriel Pelosi, Gabrielle Nascimento Silva, Raphael Ferrari, Thiago Rufino**
Fotos - **Mônica Canejo, Olício Pelosi, Vinícius Fonseca/Agência Luz da Fotografia**

ARTE ♥ TUTU

atendimento@designntutu.com.br

Editores de arte
Maria Clara Voegeli e Demian Russo
Chefe de arte - **Juliana Azevedo**
Designers - **Ângela Bacon e Cristina Sano**
Produção gráfica - **Clayton Cerigatto**

Impressão - **Gráfica Bandeirantes**
Bimestral / 50 mil exemplares
Cartas para: Comunicação Social
Rua Vergueiro, 1.117, 8º andar,
Paraisópolis, São Paulo, SP,
CEP 01504-001 - Fax (11) 3177.4685
ascom@sebraesp.com.br
www.sebraesp.com.br



Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo



ENTREVISTA

HELIO MATTAR, da ONG Akatu, fala do avanço da sustentabilidade



MICRO E PEQUENAS

Conheça as principais atividades que o Sebrae-SP desenvolveu em 2011



CAPA

OS IMPACTOS GERADOS pelas leis de gestão de resíduos sólidos. Oportunidades e riscos para os empreendedores

GESTÃO

Setores do Comércio e de Serviços incorporam as boas práticas nos negócios



INDÚSTRIA

GRANDES E PEQUENAS EMPRESAS alteram suas linhas de produção

AGRICULTURA

Empresários rurais profissionalizam os cultivos orgânicos



ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

PREFEITURAS DO ESTADO desenvolvem políticas e programas de responsabilidade socioambiental

EDUCAÇÃO

CRESCE O NÚMERO DE ESCOLAS que trabalham conteúdo de sustentabilidade



RENTABILIDADE

Empresas de diversos setores lucram com o MODELO VERDE

PANORAMA

Júnia Faria e Cláudio Boechat, da Fundação Dom Cabral, analisam a inclusividade dos mercados

SER SUSTENTÁVEL É SER COMPETITIVO

A proximidade da Rio +20, que acontecerá em meados deste ano, fará um balanço das metas da Rio 92 e avançará em outros pontos vitais para a sustentabilidade do Planeta, nos faz refletir em como podemos apoiar as 2 milhões de micro e pequenas empresas paulistas a tomar conhecimento deste tema, bem como colocá-las como engrenagens chaves do processo de desenvolvimento sustentável.

Trata-se de um tema relativamente novo, po-

“Atuar com sustentabilidade é um conceito que surgiu com as preocupações ambientais, mas passou a ser entendido como algo mais amplo, que também engloba os impactos de uma atividade produtiva nos âmbitos econômico e social”

rém fundamental para as empresas que pretendem aprimorar seu grau de competitividade nos mercados cada vez mais exigentes. Atuar com sustentabilidade é um conceito que surgiu com as preocupações ambientais, mas passou a ser entendido como algo mais amplo, que também engloba os impactos de uma atividade produtiva nos âmbitos econômico e social.

Este cenário traz desafios, uma vez que não se chega à gestão sustentável apertando apenas uma tecla. É preciso mudar a mentalidade, internalizar esta nova cultura e colocar as estratégias baseadas em ecoeficiência em prática de forma sistêmica.

A presente edição aborda o tema sob vários focos, mostrando reais possibilidades de tornar a gestão de sua empresa mais sustentável, a importância de engajar-se neste movimento e as ferramentas que o Sebrae-SP disponibiliza para aqueles que pretendem exercer o papel de protagonistas neste processo.

Recentemente lançamos dois termos de referência que tratam da nossa atuação nesta área, por meio dos programas de Sustentabilidade Sebrae-SP e de Design. O primeiro é uma evolução do Sistema de Gestão Ambiental, que atendeu mais de 600 micro e pequenas empresas paulistas. Algumas delas você encontrará nas próximas páginas, um verdadeiro cardápio de experiências inovadoras que podem servir de inspiração e ser multiplicadas por empreendedores do presente e do futuro.

Ao apontar novos caminhos para atingir a competitividade, pretendemos que a gestão dos pequenos negócios seja baseada em um novo conceito: inovar, pensando no meio ambiente e nos impactos na sociedade, sem se esquecer do retorno financeiro.

Somar o conhecimento tecnológico e a criatividade do empresário brasileiro é fórmula garantida de fazer a diferença no mercado global e participar efetivamente do desenvolvimento sustentável do País. Boa leitura.

A Diretoria



Bruno Caetano
Diretor-Superintendente



Ricardo Tortorella
Diretor Técnico



Regina Bartolomei
Diretora de Administração
e Finanças



CONSUMO CONSCIENTE *no século 21*

Por Enzo Bertolini

TEMA CADA VEZ MAIS DEBATIDO E RECICLADO NAS REUNIÕES FAMILIARES E NOS PLANOS ESTRATÉGICOS DAS EMPRESAS, A SUSTENTABILIDADE ENCAMINHA A TODOS PARA UMA REVISÃO DOS PADRÕES DE CONSUMO. O DIRETOR-PRESIDENTE DO INSTITUTO AKATU, HELIO MATTAR, FALOU À **CONEXÃO** A RESPEITO.

O QUE É SER SUSTENTÁVEL NO SÉCULO 21?

Helio Mattar - Para falar sobre sustentabilidade é melhor analisar a falta dela. A humanidade descobriu, estarrecida, que nos últimos 20 ou 30 anos estávamos consumindo muito mais recursos da natureza do que ela é capaz de repor. A humanidade começou a perceber que os fenômenos de violência, cada vez mais frequentes, tinham a ver com uma possibilidade de compartilhamento de informação e de imagens praticamente por toda a humanidade quando existe uma enorme disparidade de renda e de prosperidade entre as pessoas. Isso naturalmente é causador de vio-

social, individual e econômico, mostram-se insustentáveis. A sustentabilidade do século 21 é reverter esse processo.

COMO AS PEQUENAS EMPRESAS PODEM APLICAR UMA GESTÃO SUSTENTÁVEL EM SEUS NEGÓCIOS?

Mattar - O primeiro passo é rever os princípios e valores frente à sociedade. Não existe sustentabilidade sem preocupação com o outro. Ao repensar os próprios valores, o empreendedor precisa pensar operativamente nas relações com os vários públicos, começando pelos funcionários. Estamos continuando o movimento de qualidade de produtos,

É possível ter um custo de produção mais baixo reduzindo o consumo de energia elétrica e de água. Melhorar a relação com os funcionários aumenta a produtividade. A sustentabilidade pressupõe qualidade nas relações.

O QUE UM PEQUENO EMPRESÁRIO GANHA AO MUDAR DE COMPORTAMENTO?

Mattar - Para começar, ele tem uma condição muito melhor no tratamento com o consumidor do que a grande empresa. Por ser pequeno ele está mais perto do consumidor, o que permite estabelecer relações mais humanizadas e, portanto, de mais longo prazo onde os dois ganham muito mais do que uma relação de curto prazo. Se a pequena empresa tiver essa proximidade com o consumidor, terá um amortecedor para mitigar as perdas momentâneas e isso abre possibilidades de expansão. Sustentabilidade não custa mais caro. Ao contrário, pode ser fator de redução de custos, de aumento de lucros e, com certeza, de redução de riscos.

AS EMPRESAS DEVEM ESTIMULAR O CONSUMO CONSCIENTE DE SEUS CLIENTES?

Mattar - Consumo consciente não significa consumir menos, mas consumir diferente. Veja o caso dos bancos. Esse tipo de negócio tem uma dificuldade de diferenciação enorme, pois as taxas de juros são quase as mesmas, os serviços são similares e a informatização também. Portanto, alguns bancos começaram a se diferenciar por questões de sustentabilidade. Esse cenário não reduziu seus ganhos e ainda gerou uma melhoria da sua posição relativa. Muitos começaram a falar de crédito consciente.

“NÃO EXISTE SUSTENTABILIDADE SEM PREOCUPAÇÃO COM O OUTRO. AO REPENSAR OS PRÓPRIOS VALORES, O EMPREENDEDOR PRECISA PENSAR OPERATIVAMENTE NAS RELAÇÕES COM OS VÁRIOS PÚBLICOS, COMEÇANDO PELOS PRÓPRIOS FUNCIONÁRIOS”

lência. Do ponto de vista individual, a humanidade tem visto com perplexidade um aumento do consumo e uma perda crescente do controle em relação aos seus próprios tempos. As pessoas estão subordinando a vida ao trabalho ao invés do trabalho à vida. Analisando o lado econômico, especialmente a partir de 2008, se percebeu que o sistema mundial, como ele está estruturado, está fundado em consumo e endividamento. A crise americana de outubro de 2008 foi uma crise de excessos. Cada um desses elementos, ambiental,

da produção e dos processos que se iniciaram no século 20. Neste século, é na qualidade das relações que as empresas deverão investir para serem sustentáveis.

EMPRESÁRIOS DE PEQUENO PORTE TÊM UMA RESERVA DE CAIXA PARA INVESTIMENTOS MUITO CURTA. O IDEAL, PORTANTO, É INVESTIR EM ATITUDES ECOLÓGICAS. QUANTO DO GASTO ATUAL COMPENSA O DESPÉRDÍCIO?

Mattar - Trabalhar de maneira sustentável não significa um custo de produção mais alto.

ENTÃO, SER SUSTENTÁVEL É UM BOM NEGÓCIO?

Mattar - Não tenho dúvida, mas precisa ser parte dos valores da empresa.

UMA POSTURA MAIS PRÓ-ATIVA DO GOVERNO COM INCENTIVOS FISCAIS PODERIA AJUDAR PARA QUE MAIS EMPRESAS TIVESSEM ATITUDES SUSTENTÁVEIS?

Mattar - O governo deveria fazer isso. É interessante para o Estado que as empresas poluam menos, mas os governantes ainda não se deram conta que, mesmo eleitoralmente, existem benefícios em fazer isso e mostrar para a população o interesse na questão ambiental. O governo até mostra algum interesse nisso, mas quando chega a parte dos impostos, isso é alterado. Seria louvável que os impostos fossem reduzidos para as empresas que adotam atitudes sustentáveis.

A LEI QUE ESTABELECEU A POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS PODE CONTRIBUIR?

Mattar - Sim, em dois pontos. Por um lado, o fato de os municípios, seja unilateralmente ou cooperativamente, terem aterros sanitários faz uma diferença enorme na qualidade do meio ambiente. O outro lado da mesma questão é que as grandes empresas não brincam com a lei, diferentemente de empresas menores, que muitas vezes têm mais dificuldade de implantar uma nova lei.

O CONSUMO SUSTENTÁVEL JÁ ESTÁ ENRAIZADO EM NOSSA CULTURA? HÁ COMO MENSURAR QUANTOS CONSUMIDORES SÃO, DE FATO, CONSCIENTES?

Mattar - Em 2003, 2006 e 2010 medimos junto à população o nível

de consciência do consumo. Foram 13 perguntas em quatro áreas e, dependendo do nível da quantidade de respostas afirmativas, havia mais ou menos consciência. O nível mais alto era representado por 5% da população brasileira, enquanto o grupo engajado repre-

“É INTERESSANTE PARA O ESTADO QUE AS EMPRESAS POLUAM MENOS, MAS OS GOVERNANTES AINDA NÃO SE DERAM CONTA, QUE, MESMO ELEITORALMENTE, EXISTEM BENEFÍCIOS EM FAZER ISSO”

sentou 23%. Somando os dois grupos nós temos quase um terço da população brasileira representada com atitudes de efeito de longo prazo e benefício coletivo.

MUITAS EMPRESAS, SOBRETUDO AS DE GRANDE PORTE, GASTAM MAIS COM CAMPANHAS DE PUBLICIDADE PARA DIVULGAR SUAS AÇÕES SUSTENTÁVEIS DO QUE COM AS PRÓPRIAS AÇÕES. QUAL A SUA OPINIÃO SOBRE ESSA AFIRMAÇÃO?

Mattar - Eu não sei se elas gastam muito mais ou não. O que eu posso dizer é que eu gostaria muito que as empresas que estão buscando ser sustentáveis usassem 5% do seu orçamento de publicidade para fazer campanhas educativas de consumo consciente. Eu tenho conversado com algumas empresas sobre isso, inclusive internacionalmente. Claro que não é uma ideia fácil de se passar. O que eu digo é o seguinte, se a empresa está de fato preocupada com sustentabilidade, ela vai precisar da ajuda do consumidor para ser sustentável.

Algumas das grandes empresas globais estão estabelecendo metas para 2020 que elas não vão atingir se não trabalharem com o consumidor. A Unilever, por exemplo, quer dobrar seu tamanho até 2020 reduzindo a pegada ambiental absoluta, ou seja, que-

rem produzir o dobro e consumir menos matéria-prima.

É POSSÍVEL QUE O ESTADO DE SÃO PAULO FIQUE LIVRE DA SACOLA PLÁSTICA?

Mattar - A sociedade sustentável do futuro certamente será sem descartáveis. Só será descartável aquilo que, por razões funcionais, precise ser descartável, como seringas. A Braskem, junto com a Fundação Espaço Eco, contratou um estudo que analisou o ciclo de vida da sacola plástica, e o resultado foi bem interessante. Para aqueles consumidores que vão com frequência ao supermercado e que descartam com baixa frequência é melhor não usar sacola descartável. Já para o consumidor que compra pouco, por volta de 28 quilos, vai ao mercado uma vez por semana, mas que a cada dois dias joga o lixo para fora, para ele é melhor usar sacola descartável. Por quê? Porque a sacola durável, no momento da produção, tem um grande impacto ambiental. Por ser durável ela usa mais



matéria-prima, demanda mais energia para ser feita e, portanto, precisa de mais tempo para diluir esse impacto ambiental. Se você vai pouco ao supermercado, você usa pouco a sacola durável e precisaria de 40 anos para compensar a sacola. A posição do Akatu é que as sacolas plásticas não precisam ser mantidas, mas é preciso achar o mais rapidamente possível uma opção que seja, do ponto de vista da ecoeficiência, menos impactante do que a sacola descartável. Em uma sociedade sustentável o descartável não poderá existir.

O PODER PÚBLICO PODE ESTIMULAR O CONSUMO CONSCIENTE DA POPULAÇÃO?

Mattar - A primeira ação seria introduzir o tema sustentabilidade no ensino, transversalmente em todas as disciplinas, como é recomendado pelo programa nacional curricular. Também poderiam ser feitas campanhas educativas junto à população estimulando a redução do descarte de lixo. Fizemos um estudo no Akatu sobre a quantidade de lixo produzido por uma pessoa. Um brasileiro produz durante a vida (73 anos, em média) um apartamento de

50 m² com pé direito de 3 metros lotado de lixo. Se a população da grande São Paulo (17 milhões de habitantes) fosse acumulando lixo durante a vida, precisaria de 850 mil prédios de 10 andares com dois apartamentos desse tamanho por andar. Sabe quantos prédios há em São Paulo? Por volta de 30 mil. São volumes extraordinários. Pegando o orçamento de 2011 da prefeitura de São Paulo, cada cinco dias de lixo é um dia de educação; cada seis dias de lixo é um dia de saúde. Se você diminui o gasto em lixo, pode aumentá-lo em educação ou saúde. Nada mal, hein? —



CONSULTORIA PARA EMPREENDEDOR

Mais de 450 mil micro e pequenas empresas foram atendidas em 2011 por algum ponto de atendimento do Sebrae-SP em todo o Estado. Destas, quase 37 mil são empresas de pequeno porte. Elas procuraram o Sebrae-SP, em média, três vezes no ano para tirar dúvidas, buscar informações ou participar de algum curso, consultoria, *workshop*, seminários, entre outras atividades.

BALANÇO POSITIVO

O ano de 2011 foi especialmente produtivo para as micro e pequenas empresas. Do ponto de vista de melhoria do ambiente alguns resultados merecem destaque, como a revisão da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, que ampliou as faixas de faturamento do Simples Nacional e do EI, além de promover benefícios como o parcelamento de débitos com a receita em até 60 meses.

OPORTUNIDADES NA COPA

Na preparação dos empreendedores para a Copa 2014, o programa Sebrae 2014 realizou em 2011 quatro grandes eventos de capacitação que reuniram mais de mil empresários. Eles receberam informações sobre as oportunidades de negócios que o mundial de futebol deve gerar para as MPEs e como se preparar para aproveitá-las.



TURISMO EM ALTA

No setor de Turismo, no ano passado, foram 17 projetos de Circuitos Turísticos apoiados pelo Sebrae-SP, beneficiando mais de 5 mil empresas dos segmentos de atrativos turísticos, meios de hospedagem, alimentação fora do lar, agências de turismo receptivo, artesanato, comércio varejista diferenciado, cultura e entretenimento. O programa recebeu 17 novos consultores especialistas nestas áreas para atender à demanda do setor.

DESCOBRINDO PETRÓLEO

Em 2011, o Sebrae-SP reforçou sua atuação na cadeia produtiva de petróleo, gás e energia, com o objetivo de inserir as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) paulistas na rede de fornecedores do segmento. Foram realizadas rodadas de negócios em parceria com a Petrobras

e o Programa de Mobilização da Indústria Nacional de Petróleo e Gás Natural (Prominp) na Feira Santos *Offshore*, que reuniu cerca de 30 empresas âncoras e 310 MPEs potenciais fornecedoras, com uma expectativa de geração de negócios da ordem de R\$ 93 milhões. Além disso, a entidade encomendou um estudo que mapeou as demandas da cadeia e que servirá como base para o programa de preparação das MPEs potenciais fornecedoras da Petrobras, em todo o processo de expansão da empresa no litoral paulista.

A HORA DO CAMPO

No ano passado, o Sebrae-SP também focou em projetos que beneficiaram diversas cadeias produtivas, como o AgroSebrae, que atendeu, com capacitação em gestão empresarial e consultorias tecnológicas, mais de 800 produtores rurais nas cadeias de olericultura, fruticultura, leite, café, ovinos, apicultura e plantas ornamentais.



O CAMINHO DA INOVAÇÃO

Além dos quase três mil cursos aplicados, das mais de 55 mil consultorias e 11 mil palestras, oficinas e seminários realizados em 2011, o Sebrae-SP também ajudou os empreendedores paulistas a inovarem seus processos. Mais de 10 mil empresas de pequeno porte utilizaram as ações de inovação do Sebrae-SP. Boa parte destas soluções estão dentro do programa Sebraetec, que traz novidades para 2012 com a implementação do Programa Agente Local de Inovação (ALI), em que bolsistas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) orientam empreendimentos por até dois anos. Apenas em 2011, o programa atendeu mais de 13 mil MPEs no Brasil, mais que o dobro de 2010, quando foram registrados 5,5 mil atendimentos. No Estado de São Paulo, o programa começa no primeiro semestre de 2012. "Vamos contratar 300 agentes para iniciar o atendimento continuado e especializado para o empreendedor. Nossas pesquisas demonstram que é possível inovar com investimentos entre R\$ 3 mil a R\$ 3,5 mil e que quem inova, em média, tem o dobro de faturamento", destaca Bruno Caetano, diretor-superintendente do Sebrae-SP.

POLÍTICAS PÚBLICAS

Entre as ações de Políticas Públicas, o Sebrae-SP encerrou o ano comemorando a marca de 297 municípios com a Lei Geral implantada, o que representa mais de 80% da densidade empresarial do Estado e a formalização de quase 300 mil Empreendedores Individuais paulistas.



EDUCAÇÃO EM FOCO

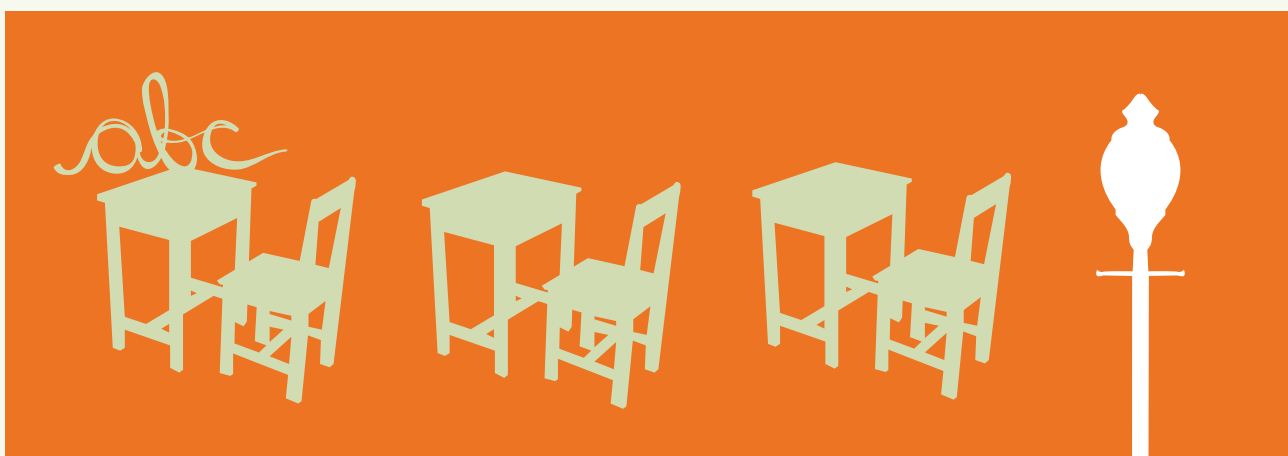
No programa de Educação Empreendedora foram 160 capacitações de professores no Programa Jovens Empreendedores Primeiros Passos e 404 no Aprender a Empreender. O Programa Jovens Empreendedores fechou o ano sendo aplicado em 120 municípios de São Paulo. A metodologia foi incorporada, no final do ano, pelo Sebrae Nacional que a estenderá para todo o País. No ano passado, também a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo abriu negociações com o Sebrae-SP para viabilizar uma parceria.

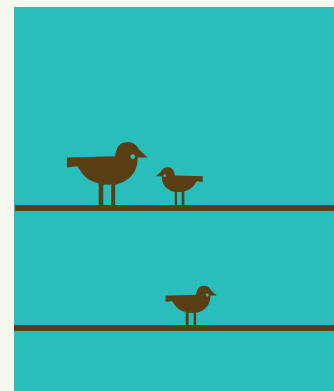
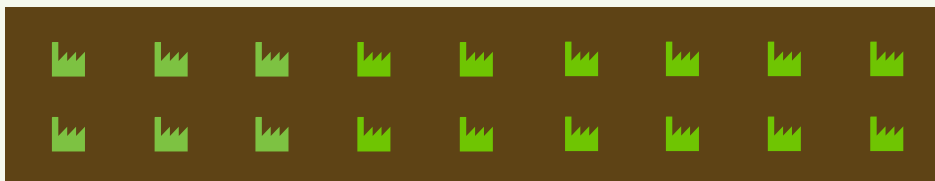
PROJEÇÕES PARA 2012

Os setores prioritários para atendimento do Sebrae-SP em 2012 são: turismo, TICs, comércio varejista, serviços de alimentação fora do lar, construção civil, moda (confeção e calçados), gráficas e petróleo e gás. No agronegócio, as cadeias produtivas prioritárias são: leite, café, olericultura e fruticultura. A previsão do programa AgroSebrae é atender a cerca de 4 mil produtores rurais em 2012. O esforço da entidade focará, ainda, alguns programas como o Empretec, que volta com 60 turmas já planejadas, o Negócio a Negócio (NAN), o Sebrae Mais, além de soluções de inovação e ações de acesso a mercados em feiras, rodadas de negócios e missões empresariais. No ambiente de políticas públicas, o foco da entidade será implementar a Lei Geral e o programa de merenda escolar, previsto no capítulo de compras governamentais, nos demais municípios paulistas.



CAPA





Futuro no PRESENTE

Por Thiago Rufino

AÇÕES SUSTENTÁVEIS TORNAM-SE FATOR DETERMINANTE PARA GARANTIR A PERENIDADE DAS EMPRESAS, INDEPENDENTEMENTE DO PORTE E DO SETOR DE ATUAÇÃO, UM IMPORTANTE DESAFIO PARA OS EMPREENDEDORES

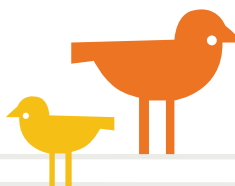


Sustentabilidade transformou-se em princípio elementar a ser considerado na elaboração das estratégias e condução dos negócios, tornando-se o elemento-chave a ditar a continuidade das organizações, seja qual for o porte da empresa ou ramo de atuação. Ainda que a disseminação do tema, em alguns momentos, possa ter gerado algum desgaste no conceito, os empreendedores não devem subestimar a relevância da sustentabilidade para determinar o futuro das empresas: trata-se de uma exigência crescente do mercado e uma realidade imposta por todos agentes (poder público, empresas, classes consumidoras etc.).

Na edição de 2010 da pesquisa “As PMEs que mais crescem no Brasil”, produzida pela consultoria Deloitte, das respondentes, 51% indicaram que teriam de contar com certificações socioambientais (como ISO 14.000, de ordem ambiental, ou SA 8.000, de responsabilidade social), para continuarem a fornecer para grandes empresas no futuro, considerando o período seguinte de três a cinco anos. Nos três anos anteriores, apenas 13% dessas organizações indicaram sofrerem exigência dessas certificações. Esse é um exemplo do grau de exigência hoje estabelecido no mercado.

O retorno a partir da adoção desta prática é, porém, quase certo. Um estudo divulgado em 2010 pela consultoria internacional Management & Excellence indicou que empresas que adotam critérios e projetos socioambientais aumentam em até 4% seu valor de mercado.

O assunto aparenta complexidade, dado o seu grau de abrangência e inúmeras possibilidades de aplicação e melhoria contínua dos processos produtivos e de consumo. É para olhá-lo sob esse prisma, considerando naturalmente a preservação do meio ambiente, ganhos à humanidade e mais especificamente à comunidade e, claro, sem abrir mão do lucro – usando o jargão da administração: responsabilidades social, ambiental e corporativa – que se dedicam as reportagens a seguir de Conexão, abordando como a sustentabilidade ganha, cada vez mais, força entre as classes produtivas (indústria, serviços, comércio e agricultura), bem como no poder público. O Sebrae-SP também tem feito sua parte, oferecendo e disseminando o conhecimento sobre as boas práticas nesta frente para os cerca de 2 milhões de empreendedores paulistas de pequeno porte, como fica claro nas páginas a seguir.



SINAL VERDE para negócios

OS PRINCÍPIOS DA SUSTENTABILIDADE, RESPONSABILIDADE AMBIENTAL,
SOCIAL E ECONÔMICA, PASSAM A NORTEAR A ROTINA DAS EMPRESAS

Por Thiago Rufino

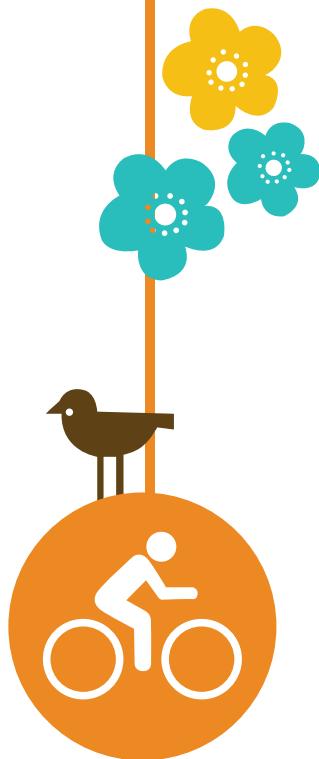
O debate em torno dos desafios para tornar uma sociedade sustentável não deve se restringir apenas à preservação ambiental, já que o conceito é amplo e deve contemplar toda a cadeia de consumo, desde a extração de matéria-prima da natureza até a responsabilidade social de cada empresa.

Logística reversa, responsabilidade pós-consumo, preocupação ambiental. Os termos são diversos e todos têm em comum o mesmo objetivo: pro-

mover a consciência em torno das questões sustentáveis, que há anos vêm sendo debatidas por estudiosos, empresários e governantes. Em vigor desde agosto de 2010, a Lei Federal nº 12.305 que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), um dos principais instrumentos da sustentabilidade, tem como principal objetivo mostrar diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos para pessoas físicas e jurídicas de direito público ou privado.

No Estado de São Paulo, por exemplo, os impactos gerados pela gestão de resíduos sólidos vêm ocorrendo desde 2006, com a promulgação da Política Estadual de Resíduos Sólidos por meio da Lei nº 12.300.

As leis vigentes trazem uma ampla demanda de obrigações para o empresariado, mas essas regras têm que ser encaradas como oportunidades de reduzir custos, fidelizar clientes e contribuir para uma relação de consumo mais justa. O assessor da Secretaria do Meio Ambien-



“HÁ INÚMERAS FORMAS DE SE ESTABELECEER NESTE MERCADO ‘VERDE’ COM MEDIDAS SIMPLES. AO INVÉS DE DAR DESCONTO PARA QUEM PAGA À VISTA, O COMERCIANTE PODERIA OFERECER BENEFÍCIOS PARA AQUELES QUE LEVAREM O PRODUTO ANTIGO ATÉ A LOJA”

Flávio Ribeiro Miranda, assessor da Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo (SMA)

te (SMA), Flávio Ribeiro Miranda, afirma que há inúmeras formas de se estabelecer neste mercado ‘verde’ com medidas simples. “Ao invés de dar desconto para quem paga à vista, o comerciante poderia oferecer benefícios para aqueles que levarem o produto antigo até a loja”, sugere.

Já os empresários de micro e pequena empresa que pretendem ser mais sustentáveis e não sabem por onde começar, podem recorrer ao Programa de Sustentabilidade do Sebrae-SP (PSS). O primeiro passo para uma empresa trilhar uma gestão sustentável é a elaboração do Relatório Iniciativa Verde, produto do PSS que visa identificar as vulnerabilidades ou insuficiências nos âmbitos da proteção ambiental, eficiência





“COM O
NASCIMENTO
DOS MEUS
FILHOS, QUIS
CRIAR UM
FUTURO MELHOR
E CONSTRUÍ ESTE
PRÉDIO
PENSANDO NISSO”

Pedro Luiz Scopino,
proprietário de oficina mecânica

econômica e responsabilidade social. “Elaboramos o plano de metas e junto com os empresários decidimos como será a implantação”, explica a consultora do Sebrae-SP, Dorli Martins.

Segundo Dorli, o objetivo é prestar consultoria às micro e pequenas empresas a fim de atender suas necessidades e definir como as mudanças serão operadas. “Se o empresário quer tratar o resíduo, orientamos como separar e encaminhar. Também apontamos alternativas às matérias-primas usadas e as possibilidades de reutilização”, exemplifica a consultora do Sebrae-SP.

No âmbito organizacional, na maior parte das micro e pequenas empresas, a questão da sustentabilidade é pouco desenvolvida, muitas vezes, por falta de informação. Hoje, esse conceito está pouco enraizado no Brasil em comparação com a Europa ou Estados Unidos porque a responsabilidade de consumo faz parte do cotidiano da população local e dos setores público e privado, dizem os especialistas ouvidos por **Conexão**. “Ainda falta conscientização de que sustentabili-



dade não é só preservar o meio ambiente”, afirma Dorli. “O empresário deve pensar de maneira crítica sobre qual é o impacto de seu processo produtivo e a responsabilidade social em torno da região que atua”, acrescenta.

Após a vigência da PNRS, a busca espontânea para se adequar as exigências por parte do setor privado vem crescendo, mas ainda se faz de maneira tímida. Porém, o consultor de reciclagem

da Associação Técnica Brasileira das Indústrias Automáticas de Vidro (Abividro), Stefan David, aposta que a tendência para os próximos anos é o surgimento “de uma demanda tão grande de engenharia e logística que haverá uma série de oportunidades para a geração de novos negócios”. O ponto de vista é compartilhado por Dorli, que também enxerga as condições implementadas como oportunidades para

micro e pequenas empresas. “É uma questão de sobrevivência. Quem não se adequar a essa nova realidade vai ficar fora do mercado”, acrescenta.

Hoje, o hábito de procurar por produtos ambientalmente corretos e produzidos a partir de uma cadeia justa é crescente entre os consumidores. Entretanto, o pesquisador acadêmico especialista em empreendedorismo e sustentabilidade e integrante da Rede de Estudos de Empreendedorismo do Sebrae-SP, Candido Vieira Borges Júnior, ressalta que para a maioria dos consumidores brasileiros apenas oferecer

um produto ou serviço ambientalmente correto não basta, é preciso ser competitivo em outros aspectos. “Em geral, as pessoas também vão avaliar atributos como preço e qualidade. Na maior parte dos casos, apenas ser sustentável não garante a venda”, complementa.

Segundo o pesquisador, a grande dificuldade para o micro e pequeno empresário está no custo elevado para reduzir o impacto ambiental na produção, de modo a oferecer produtos sustentáveis. No entanto, uma solução viável aos empreendedores é “buscar parcerias ou apoio governamen-

é possível manter um empreendimento sustentável mesmo sem o aporte de grande investimento. Há oito anos, com informações obtidas pela internet, o empresário concluiu a obra do galpão ‘verde’ de 40m² em que a oficina está funcionando atualmente. No teto, as telhas translúcidas instaladas eliminam quase totalmente a necessidade de lâmpadas acesas durante o dia. A água utilizada para descarga de banheiro e lavagem das mãos e peças tem origem pluvial e é coletada por uma calha que leva a uma caixa d’água especial destinada apenas para essa finalidade.



“HÁ UM NICHU EVIDENTE QUE PODERIA SER MAIS EXPLORADO PELO SETOR PRIVADO POR MEIO DE ATUAÇÃO EM CONJUNTO. SE UMA EMPRESA APOIAR UMA COOPERATIVA, ELA DIVULGA O PARCEIRO COMO UM PONTO DE COLETA E AINDA APLICA A LOGÍSTICA REVERSA”

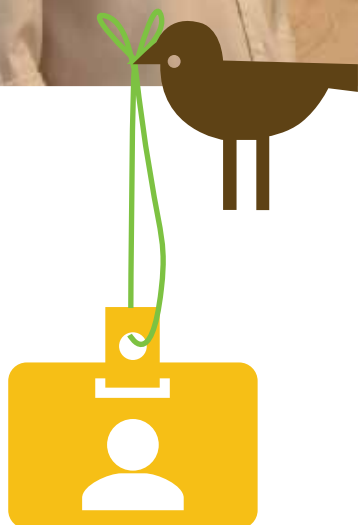
Alex Luiz Pereira, diretor presidente da Cooperativa de Resíduos Sólidos Eletroeletrônicos de São Paulo (Coopermiti)

tal, já que em boa parte dos casos será preciso competir em igualdade com produtos não ‘verdes’ tanto em qualidade quanto preço”, afirma Borges Júnior.

SUSTENTABILIDADE NA PRÁTICA

A oficina mecânica de Pedro Luiz Scopino, localizada no bairro da Casa Verde, na capital paulista, é prova de que com consciência e comprometimento

Além disso, a água com o resíduo de graxa que sai das peças é decantada em uma caixa de contenção e apenas o líquido sem agentes químicos vai para o esgoto. Já o restante do material é encaminhado para um tanque no subsolo, que também recebe todo o óleo velho trocado dos automóveis. “A cada dois meses, um caminhão credenciado recolhe o material que é vendido a uma empresa especializada em





Reciclagem PIRATA

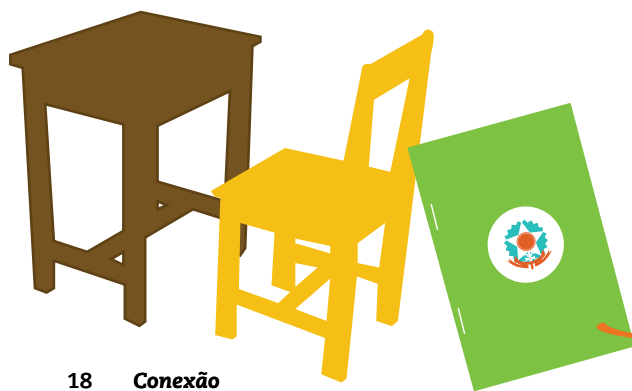
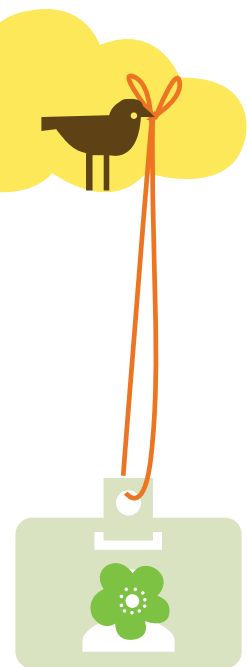
Hoje, estima-se que apenas na Região Metropolitana de São Paulo cada habitante gere cerca de um quilo de lixo diariamente. Ou seja, apenas essa região do Estado é responsável por descartar mais de 19 mil toneladas por dia. Para reduzir esse problema, o processo de separação, coleta seletiva e reciclagem tem sido insistentemente debatido nos últimos anos.

Porém, quando esse processo é realizado de forma inadequada, seja por falta de informação ou até mesmo má-fé, há sérios riscos, não somente ao meio ambiente, mas para as pessoas que manejam os insumos. “Infelizmente, essa é uma prática comum no mercado”, afirma o diretor presidente da Coopermiti, Alex Luiz Pereira. Segundo ele, há casos em que os catadores quebram os antigos monitores de tubo (CRT) para pegar algum componente de valor e, conseqüentemente, liberam agentes altamente tóxicos como o chumbo.

Outra prática comum, e perigosa, é a falta de separação do lixo doméstico, já que, muitas vezes, periféricos de informática, pilhas e baterias acabam em aterros sanitários e podem contaminar o solo.

Para a diretora do Cedir, Tereza Cristina Carvalho, a principal orientação sobre os riscos deve ser dirigida aos catadores, já que boa parte não conhece as substâncias tóxicas existentes nesses produtos. “Se eles souberem separar as partes corretamente, podem ganhar mais dinheiro sem prejudicar a própria saúde ou o meio ambiente”, aconselha. Outro empecilho que pode agravar a reciclagem pirata de eletroeletrônicos no Brasil são os computadores e peças adquiridos no denominado ‘mercado cinza’. “São equipamentos montados no País com peças do exterior e vendidos sem marca”, explica Tereza.

De acordo com ela, especificamente o mercado cinza ainda é um tópico de discórdia em torno da PNRS. “A lei trabalha com o conceito de responsabilidade compartilhada, mas, no caso do computador cinza, quem é o responsável?”, indaga. “Os fabricantes têm questionado o governo sobre quem vai arcar com o custo da reciclagem desse mercado paralelo”, finaliza. Portanto, cabe à população fazer a sua parte separando o lixo e encaminhando os eletroeletrônicos obsoletos a instituições credenciadas que podem dar-lhes o destino ambientalmente correto.



‘re-refino’ do produto”, explica Scopino. E o motivo para que o empresário passasse a agir de maneira sustentável foi especial. “Com o nascimento dos meus filhos, quis criar um futuro melhor e construí este prédio pensando nisso”, revela.

RESPONSABILIDADE PARA TODOS

Impulsionado pela crescente demanda de mercado, que busca o que há de mais moderno, a fabricação em larga escala de produtos como computadores, televisores e telefones celulares trouxe à tona um sério problema no Brasil: os resíduos eletroeletrônicos. Perante a PNRS, a responsabilidade pós-consumo desses periféricos deve ser compartilhada entre fabricante, comerciante e consumidor.

Na opinião do diretor presidente da Cooperativa de Resíduos Sólidos Eletroeletrônicos de

São Paulo (Coopermiti), Alex Luiz Pereira, há um nicho evidente que poderia ser mais explorado pelo setor privado por meio de atuação em conjunto. “Se uma empresa apoiar uma cooperativa, ela divulga o parceiro como um ponto de coleta e ainda aplica a logística reversa”, exemplifica.

A diretora do Centro de Descarte e Reúso de Resíduos de Informática da USP (Cedir), Tereza Cristina Carvalho, também compartilha da opinião de que a geração de negócios eficientes na gestão dos resíduos sólidos deve ocorrer com a celebração de parcerias entre comerciantes e fabricantes. “As empresas precisam se unir com a indústria para que todos contribuam com um gasto compartilhado”, opina. Inclusive para ela, esse modelo de governança pode ser aplicado em qualquer setor.

Segundo Tereza, ainda não está claro para a maior parte

dos empreendedores como faturar ou, ao menos, reduzir custos com a gestão de insumos. “É uma conta bem enxuta, mas se o processo for de alta produtividade e com mão de obra qualificada é possível lucrar com a logística reversa”, garante.

A crescente demanda dos consumidores por iniciativas sustentáveis deixa evidente que há um potencial mercado a ser explorado nos próximos anos. As implicações da regulamentação governamental vão impactar em grandes mudanças na cadeia de consumo, que se fazem necessárias para a construção de uma sociedade mais justa. O empresariado deve buscar a sustentabilidade em sua plenitude ambiental, econômica e social, e enxergá-la afora de vieses como modismo ou politicamente correto, mas sim, enquanto um instrumento de gestão indispensável para o sucesso dos negócios de agora em diante. —



“É UMA CONTA BEM ENXUTA, MAS SE O PROCESSO FOR DE ALTA PRODUTIVIDADE E COM MÃO DE OBRA QUALIFICADA É POSSÍVEL LUCRAR COM A LOGÍSTICA REVERSA”

Tereza Cristina Carvalho, diretora do Centro de Descarte e Reúso de Resíduos de Informática da USP (Cedir)



Priscila Callegari, criadora dos sapatos sustentáveis

IDEIAS SIMPLES POR UMA sociedade melhor

Por Enzo Bertolini

EMPRESÁRIOS DE PEQUENO PORTE INOVAM EM PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS, GARANTEM RENTABILIDADE E TORNAM-SE REFERÊNCIA JUNTO AOS CONCORRENTES

Estima-se que uma pessoa gaste quase uma centena de sacolas plásticas por mês com compras. Incomodada com essa situação, a empresária Elaine Guapo, proprietária da Gatto de Rua, em São Vicente, litoral sul paulista, buscou uma sacola retornável prática e resistente. Pesquisou mas não encontrou nada que a agradasse. Optou por desenvolver, ela mesma, uma bolsa organizadora para carrinhos de supermercado. Feita em TNT (tecido não tecido) 80 gramas, a bolsa é composta por quatro sacolas conectadas por velcro que se amoldam ao carrinho.

Cada sacola suporta até 30 quilos. As divisões internas separam produtos de higiene e limpeza, alimentos e itens de geladeira. “Dessa maneira, as compras já chegam organizadas em casa e podem ser guardadas mais rapidamente”, explica Elaine. “A bolsa é prática e foi criada por uma necessidade própria. Antes de pensar na sustentabilidade, é preciso pensar na praticidade. Assim, você influencia as pessoas a serem sustentáveis”, ensina.

A sacola começou a ser produzida em 2007.

Elaine testou diversos materiais até chegar ao TNT. Embora não seja um material reciclado, é reciclável. Além disso, pode ser lavado e reutilizado, não acumula odor, não é pesado, não desbota e não produz detritos.

“O consumidor tem que fazer a parte dele. Como empresária, entendo que a conscientização tem que ser primeiro prática e depois sustentável”, afirma Elaine. Além da sacola mencionada, a empresa também produz a sacola bola e a sacola chaveiro, que suportam menos peso. “Os produtos que criamos fazem bem às pessoas e as pessoas fazem bem ao meio ambiente.”

SUSTENTABILIDADE E GRAXA

No Butantã, zona oeste de São Paulo, a Oficina Mecânica Auto Palace se destaca das demais por ser um espaço ambientalmente responsável e socialmente sustentável. Em 2007, o empresário Eduardo Vaz buscou a consultoria do Sebrae-SP para verificar a quantidade de resíduos gerados por um carro batido. Resultado: 17 quilos por unidade. “São

220 carros por mês, portanto geramos 3,74 toneladas mensais de resíduos”, calcula. O primeiro passo foi contratar uma empresa certificada para fazer a coleta adequada a cada 15 dias, de chaparia, estopa, peças, latas, borraça, vidro e pneus, entre outros resíduos. A graxa e o tiner são separados quimicamente e retirados por outra empresa. “Além disso, instalamos telhas transparentes nos galpões e, com a luz natural, reduzimos em 30% o consumo de energia”, explica.

Segundo Vaz, foram investidos R\$ 40 mil em todas as ações e o gasto já foi pago com a redução do custo de produção e aumento de produtividade com o espaço interno da oficina mais limpo e organizado. Em 2012, serão investidos R\$ 15 mil em equipamentos de captação de água da chuva, a ser usada para lavar os carros.

Além disso, a cada 15 dias os funcionários recebem palestras sobre a importância de se fazer reciclagem.

A transformação não se limitou à questão verde e tornou-se sustentável em um sentido mais amplo. Devido à escassez de mão de obra do segmento, alguns jovens de comunidades de baixa renda são recrutados para o ensino de uma profissão. “Eles passam por todos os setores da empresa durante um mês e meio e depois de identificar a vocação em determinada função nós passamos a instruí-los”, explica Vaz. Em novembro do ano passado, sete foram contratados, e, em março, serão mais quatro.

Mais uma ação que demonstra que a Oficina Mecânica Auto Palace é diferente foi a parceria com o banco Bradesco, que disponibiliza aos funcionários uma linha de crédito barato, tendo a empresa como fiadora. Os juros são de 2,7% contra 5%, em média, praticado no

setor. O desconto é direto em folha e o funcionário tem direito a pegar diferentes valores de acordo com o tempo de empresa.

ALÉM DA MODA VERDE

O tradicional bairro de compras da capital paulista, Pinheiros, na zona oeste de São Paulo, concentra marcas de estilistas famosos por lançar tendência.



Linha de produção de sacola retornável

Frente a pesos pesados da moda mundial, uma pequena loja de calçados chama atenção: a Ciao Mao, que produz os próprios modelos de maneira sustentável. Cada sapato é único e pode ser customizado pelo consumidor com diversos tipos de acessórios.

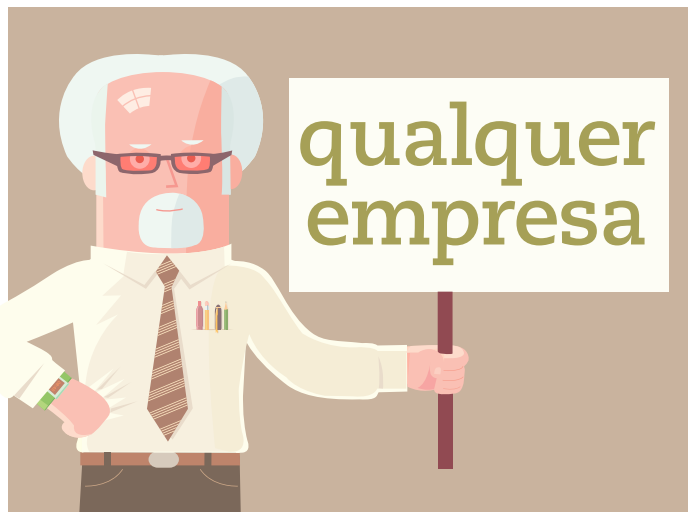
Priscila Callegari, criadora da marca e dos sapatos, explica que os calçados são pensados para terem uma vida útil mais longa. “É um produto que não vai ser descartado na primeira mudança da moda. Se você enjoar de uma cor ou detalhe, pode transformá-lo”, explica. Quando traçou a ideia do calçado, Priscila começou a estudar e a entender a complexidade de um sapato.

Para que pudesse reduzir o custo de produção, a empresa desenvolveu dez tipos de formas com as quais produz diversos modelos. “Precisávamos

ganhar escala para ter resultado econômico”, explica. “O sapato é o mesmo, mas os acessórios são variados e dão ao produto uma característica única.” Por ser um negócio pequeno, Priscila conseguiu aproveitar as brechas de produção da indústria calçadista de Franca, tradicional polo do setor no interior de São Paulo. “Dividimos nossa produção em

diversas fábricas. Isso permitiu produzirmos de forma constante e sem desperdício”, diz.

Os calçados produzidos pela Ciao Mao não são sustentáveis somente na produção industrial, mas também artesanalmente. Os acessórios funcionais e decorativos são feitos de tecidos, pedaços de couro, palha, restos de indústria entre outros materiais desenvolvidos por mulheres que formam pequenas oficinas em Franca. “Nós as instruímos e damos o material para que elas produzam. Rendeiras e artesãs de Brasília e do interior de Minas Gerais também são contratadas”, detalha. Ao fazer isso, Priscila estimula o comércio justo e gera renda em comunidades de baixa renda. A principal lição que fica é a possibilidade de ser feminina e estar na moda sem deixar de ser sustentável.—



Por Raphael Ferrari

EXPERIÊNCIAS DE EMPRESAS DE TODOS OS TAMANHOS APONTAM QUE JÁ NÃO É POSSÍVEL PENSAR EM PERENIDADE SEM CONSIDERAR ESTE PRINCÍPIO

Sustentabilidade foi, durante algum tempo, um conceito ligado somente à preservação do meio ambiente. Nos últimos anos, o termo se consolidou, ganhou ares de desenvolvimento socioeconômico e passou a ser olhado de forma mais ampla. Não são, contudo, todas as empresas que se preocupam com o assunto e o encaram de forma estratégica e vital para o sucesso dos negócios.

Algumas, entretanto, têm adotado ações que evidenciam que o desenvolvimento sustentável gera resultados positivos não só para a sociedade e para o meio ambiente, mas para o caixa da empresa. O gerente de Políticas Públicas e Relações Institucionais do Sebrae-SP, Júlio César Durante, garante que “empreender e ter um desenvolvimento sustentável são questões muito próximas”. “A perenidade de qualquer negócio, hoje, depende deste tipo de mentalidade”, resume.

A Cerâmica Luara é um exemplo de como empresas de pequeno e médio porte devem olhar a sustentabilidade como uma questão estratégica para o desenvolvimento. Localizada em Panorama,

a 140 quilômetros de Presidente Prudente, a cerâmica é pioneira na venda de créditos de carbono no mercado internacional. A geração de créditos de carbono começou com a troca de todas as fornalhas da empresa, que veio acompanhada de um bônus: a redução de 30% no consumo de energia. “Pensar em sustentabilidade permitiu que a empresa reduzisse os custos de produção, o consumo de energia e o de recursos naturais”, lista Juarez Pinheiro Cotrim, dono da cerâmica.

“A partir daí, todo o dinheiro captado com a venda de créditos de carbono foi reaplicado em projetos de sustentabilidade”, garante Cotrim. “Renovamos a frota, agora, mais econômica e menos poluente; melhoramos as condições para os funcionários, refazendo os barracões de forma adequada; instalamos captadores de água da chuva; deixamos de usar exaustores na secagem do material; e instalamos painéis de vidro para aproveitar a luz solar”, enumera.

As ações mudaram a lógica do município. “Além de transformar a empresa, investimos na questão social, patrocinando, por exemplo, o time de futebol

dos garotos da cidade”, conta Co-trim. Um lado da sustentabilidade que promove mudanças mais profundas. “Uma criança que recebe esses benefícios, certamente irá se imbuir da compreensão de como é importante trabalhar de forma sustentável, ambiental e socialmente”, pondera Durante. “Se, no futuro, essa criança abrir uma empresa, não tenho dúvidas que a experiência fará toda a diferença”, conclui.

Exemplos do que o “pensar sustentável” pode fazer por uma empresa não faltam e as micro e pequenas podem tirar ideias do trabalho desenvolvido pelas grandes empresas. Uma das referências mais evidentes na área é a Ambev, vencedora de mais de 20 prêmios nacionais e internacionais de sustentabilidade, entre eles o “Ranking Benchmarking 2011: Detentores das Melhores Práticas de Sustentabilidade” e o “Época: Empresa Verde 2011”.

Todas as fábricas da cervejaria têm estações de tratamento que tratam 100% dos efluentes gerados pela companhia, até 240 mil m³ por dia. Uma economia de recursos hídricos e financeiros. “A água é um recurso prioritário para a Ambev e o cuidado com ela é fundamental, pois representa 95% da cerveja”, afirma Ricardo Rolim, diretor de Relações Socioambientais e Comunicação da Ambev. O resultado é uma redução de 27% do consumo de água para a fabricação de cada litro de cerveja. “Saímos de 5,36 litros, em 2003, para 3,9 litros em 2011. Até 2012, a meta é reduzir ainda mais, chegando a 3,5 litros de água para cada litro de cerveja. Uma redução de 11% no consumo atual”, anuncia.

A preocupação se estende além da empresa. Por meio do movimento Cyan, a Ambev busca conscientizar a população e os colaboradores para o uso racional da

água. Para tanto, uma das medidas mais interessantes é o Banco Cyan. Uma parceria com a Sabesp, em São Paulo, e a Codau, em Minas Gerais, para que 6,3 milhões de consumidores possam reverter a redução do consumo de água em créditos para compras em sites como Submarino e Americanas.com. Inaugurado em 22 de março de 2011 (Dia Mundial da Água), o projeto já evitou que fossem consumidos 53 milhões de litros d’água.

Além das mudanças na própria estrutura, empresas que adotem processos sustentáveis desempenham um papel fundamental na transformação da sociedade ao exigir que seus parceiros também desenvolvam essa consciência. “As indústrias e os grandes varejistas têm o poder de gerar mudança ao contratar colaboradores que só adotem práticas sustentáveis, fiscalizando a cadeia produtiva”, afirma Durante, do Sebrae-SP.

Esta é uma das atitudes adotadas pela Vivo, empresa vencedora do “2º Prêmio Fecomercio

de Sustentabilidade” na categoria “grandes empresas”. Segundo explica Juliana Fabiano Belmont, consultora de Sustentabilidade da operadora de telefonia, a empresa só trabalha com colaboradores que cumpram a Declaração dos Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU), as Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e as legislações ambientais específicas. Pontos fundamentais, mas que ainda não são respeitados por todas as empresas no País. “A Vivo mantém o programa Aliados, voltado para ações de capacitação dos parceiros e de checagem regular do cumprimento dessas diretrizes”, afirma Juliana.

Quando o assunto é sustentabilidade, grande parte das empresas ainda está engatinhando, mas cada atitude tomada nesse sentido é um grande passo para que a questão deixe de ser diferencial e se torne padrão. O planeta agradece.

**“CONSEGUIMOS
UMA REDUÇÃO DE
27% DO CONSUMO
DE ÁGUA PARA
A FABRICAÇÃO
DE 1L DE CERVEJA.
EM 2012, A
META É REDUZIR
AINDA MAIS,
CORTANDO 11%
DO CONSUMO
ATUAL”**

Ricardo Rolim, diretor
de Relações Socioambientais
e Comunicação da Ambev





BOAS PRÁTICAS NA PRODUÇÃO GARANTEM RENTABILIDADE AO PEQUENO AGRICULTOR EXPORTADOR E CAMINHAM PARA SER PADRÃO NO PAÍS

Por Gabriel Pelosi

Com o mercado cada dia mais exigente, práticas sustentáveis na lavoura têm sido tão importantes quanto ter um planejamento agrícola estratégico, que permita uma safra boa e rentável. O mercado externo, para o agronegócio, exige com rigor uma série de certificados que garanta a qualidade, a procedência e a maneira com que o produto foi manejado. E a exigência tende a se estender para o mercado nacional.

A agricultura sustentável é aquela na qual o ciclo produtivo ocorre apenas nos limites de uma propriedade, ou de um grupo controlado delas, nas quais há um equilíbrio energético entre produção e consumo, conservando os recursos envolvidos e com mínimo, ou nenhum, ingresso de energia externa derivada de combustíveis fósseis, como adubos químicos, agrotóxicos e combustível derivado do petróleo. A agricultura sustentável incorpora nos sistemas de produção a preocupação com o meio ambiente e com a qualidade de vida dos trabalhadores rurais e suas famílias.

Embora no mercado interno as exigências ainda não sejam semelhantes às de quem importa produtos agrícolas, o profissionalismo está aumentando também no setor de compras de empresas

brasileiras e no cardápio de exigências do consumidor. É o caso da indústria de processamento de polpa de frutas Fruteza Sucos Naturais, instalada na cidade de Dracena, a 651 quilômetros de São Paulo.

Com capacidade para beneficiar 18 toneladas de frutas por hora, a Fruteza tem como carro chefe a extração da polpa da acerola, chegando a produzir 3.500 toneladas/mês. Em menor escala, beneficia manga do tipo coquinho. A matéria-prima é comprada exclusivamente de produtores certificados da região, já que metade de sua produção é vendida para o mercado externo.

“O povo lá fora está consumindo vitamina. Por isso a acerola faz muito sucesso no exterior. Exporto a polpa para 18 países. A Ásia é o meu grande comprador, liderada pelo Japão. Depois vem Estados Unidos e Europa. Eles exigem uma série de certificados desde o plantio até o processamento”, relata Olivio Zanatta, proprietário da Fruteza.

Os documentos exigidos pelo mercado comprador são emitidos por empresas certificadoras, geralmente sediadas em países europeus, que oferecem serviços no Brasil (eis uma oportunidade de negócios no País). “Elas verificam tudo na empresa. A barba do funcionário, o uniforme, a assepsia dos equipamen-

tos e vão até o registro da plantação onde comprei os frutos”, detalha Zanatta.

Na outra ponta deste mercado, o produtor rural Osvaldo Dias, presidente da Associação Agrícola de Junqueirópolis, a 645 quilômetros da capital, e dono de uma produção de 60 toneladas de acerola por ano, afirma ser fundamental, hoje, seguir uma série de orientações de acordo com as Boas Práticas Agrícolas (BPAs) para poder garantir uma produção sustentável e faturar em dólar ou euro o que vender para o mercado externo.

“ALGUNS PAÍSES SIMPLEMENTE NÃO COMPRAM PRODUTO NÃO CERTIFICADO. E PARA TANTO É PRECISO CUMPRIR AS BOAS PRÁTICAS”

Osvaldo Dias, presidente da Associação Agrícola de Junqueirópolis

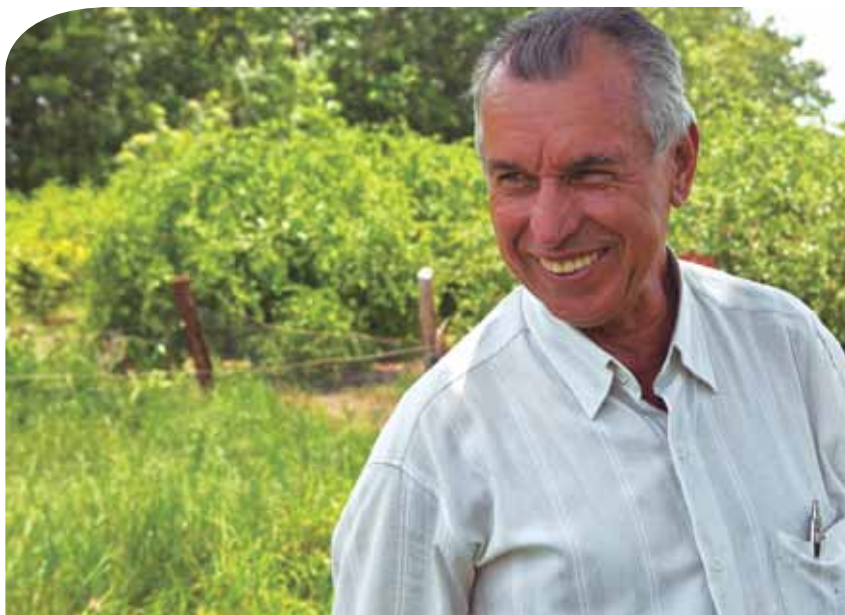
“Alguns países simplesmente não compram se o produto não for certificado e para receber a certificação é preciso cumprir à risca as boas práticas agrícolas, como não usar produtos que deixam resíduos no sistema de produção”, exemplifica Dias.

Durante o processo de produção o agricultor que tem a certificação precisa seguir uma série de práticas sustentáveis, que não apenas previnem danos ao meio, como também oferecem

condições dignas de trabalho aos operários e tem preocupação com aspectos sociais. Entre as recomendações da agricultura sustentável estão: não mexer no terreno ou passar grade, pois desequilibra o solo; trabalhar apenas com material orgânico como adubo; e no controle de pragas e doenças, utilizar produtos alternativos, com química menos prejudicial à saúde tanto do trabalhador, quanto do consumidor. Na parte de irrigação, a água deve ser coletada e analisada a cada período de tempo estipulado pela certificadora. Cui-

e, conseqüentemente, o mercado brasileiro também. Grandes varejistas já exigem certificados de qualidade de fornecedores, o que pode ser cada vez mais vantajoso para o pequeno produtor que busca ter uma produção sustentável”, aponta Dorli Martins, consultora do Sebrae-SP.

O Sebrae-SP oferece mecanismos para auxiliar o pequeno agricultor a alinhar a sua produção para se beneficiar da certificação. “O pequeno agricultor que deseja aprimorar a sua propriedade para conseguir as certificações deve procurar o escri-



dados com a higiene na colheita, disponibilizar banheiros para os trabalhadores, dar orientação para que lavem as mãos, cuidar do lixo, e não utilizar trabalho infantil são outras exigências.

A adequação da produção tem um custo, (que pode ser, em grande parte, subsidiado pelo Sebrae-SP) mas a expectativa é cada vez mais positiva para o pequeno produtor que atende o mercado nacional. “O consumidor brasileiro está ficando mais exigente

tório do Sebrae-SP. Ali ele será orientado e, depois, receberá em sua propriedade rural a visita de um consultor que elaborará um relatório verde sobre a propriedade.” Este relatório contém tudo o que deve ser feito e quanto irá custar o aperfeiçoamento da cadeia de produção. O Sebrae-SP subsidia 80% desses investimentos. Os outros 20% ficam por conta do agricultor, que decide se fará as mudanças necessárias”, detalha Dorli.

MUDANÇAS AVANÇAM NOS municípios

PREFEITOS SE EMPENHAM EM DESENVOLVER
AÇÕES SOCIOAMBIENTAIS, INDEPENDENTE-
MENTE DO PORTE DO MUNICÍPIO, DE OLHO NA
PRESERVAÇÃO E NA COBRANÇA DO ELEITOR

Por Raphael Ferrari



O ano de 2007 foi um marco para a sustentabilidade no Estado de São Paulo. Naquele ano a Secretaria do Meio Ambiente lançou o programa Município Verde Azul, maior responsável pela expansão do número de Secretarias do Meio Ambiente em cidades paulistas. “Mudamos o panorama ambiental no Estado”, exulta Mauro Haddad, gerente do projeto. “Antes, somente 182 municípios tinham uma secretaria ou departamento de meio ambiente. Em 2010, fechamos com 510 Secretarias do Meio Ambiente.” Um avanço de 180,22% em apenas três anos.

O programa, de acordo com Haddad, estimula a gestão ambiental pontuando os 645 municípios do Estado de acordo com suas realizações em dez diretrizes: esgoto tratado, redução do lixo, recuperação da mata ciliar, arborização urbana, educação ambiental, habitação sustentável, uso da água, poluição do ar, estrutura ambiental e formação de conselho do meio ambiente. As cidades com mais de 80 pontos recebem o certificado Verde Azul e passam a ter prioridade na obtenção de recursos junto à Secretaria do Meio Ambiente do Estado. Entretanto, existem alguns pontos que podem impedir a certificação mesmo que os 80 pontos tenham sido ultrapassados. “Esgoto tratado, destinação adequada de resíduos sólidos e educação ambiental são as três prerrogativas que têm mais peso na avaliação”, revela Haddad. “Não dá para falar de sustentabilidade se não cuidarmos, ao menos, dessas três questões”, completa.

No último ano, foram certificados 146 municípios, quase um quarto do total no Estado de São Paulo. A lista de 2012 deve contar com um aumento de mais 14 municípios, totalizando 160, segundo o gerente do projeto. Em 2013, este número deve chegar a 200.

Uma das cidades certificadas no ano passado foi São José do Rio Preto, que nos últimos anos vem desenvolvendo um sistema eficiente de coleta e destinação de resíduos. “Tínhamos um problema muito sério de descarte irregular de resíduos sólidos, propiciando a aglomeração de ratos, baratas e outros insetos vetores de doenças”, relata José Carlos de Lima Bueno, secretário de Meio Ambiente do município. “Agora, além de acabar com o risco para a saúde, geramos uma economia de aproximadamente R\$ 300 mil por mês”, completa.

Bueno explica que a saída foi projetar um sistema com a participação das construtoras, das associações de produtores locais e da sociedade. A cidade foi dividida em 17 zonas e cada uma recebeu um espaço que serve tanto de ponto de recepção de material para o pequeno produtor entregar seus resíduos, quanto de apoio para as associações de catadores que trabalham com reciclagem da coleta seletiva.

E os avanços do sistema são amparados por práticas cotidianas. Para obter o alvará de funcionamento, por exemplo, é necessário assinar um termo de comprometimento afirmando que dará a destinação adequada aos resíduos e irá apresentar os recibos

dessa destinação. “Foi um projeto bem estruturado que trouxe melhorias em diversas áreas, contribuindo até mesmo na redução das enchentes”, resume Bueno.

Além de preservar o meio ambiente e reduzir os custos da prefeitura, o projeto tem um lado social. “Antes, os catadores trabalhavam de modo informal, se apropriando do lixo dos outros para poder se alimentar. Agora, os ajudamos a se organizarem em cooperativas e fornecemos galpões de 10 mil metros quadrados e todo o maquinário necessário para trabalharem”, relata Bueno.

Institucionais do Sebrae-SP, afirma que ações como esta são essenciais porque, além de trabalhar os resíduos da maneira apropriada, possibilita um trabalho digno para uma parcela importante da população, fortalecendo, também, a economia local.

Outro município que tem investido na destinação de seus resíduos é Santa Fé do Sul. A cidade, que fica a 190 quilômetros de São José do Rio Preto, além de ter assinado a aquisição de mais um caminhão para a coleta seletiva em dezembro de 2011, também comprou uma área de 72 mil

retamente aqueles resíduos sólidos que acabou produzindo, como móveis quebrados, por exemplo.

A cidade ainda se destaca em outra frente: educação ambiental. “Somente por meio das crianças é possível mudar a consciência ambiental do País”, pondera Favaleça. “É importante trabalhar a educação ambiental dentro da sala de aula, não só para a formação de uma população mais consciente para o futuro, mas de um fiscal dentro de casa. O efeito acaba sendo imediato”, corrobora Haddad, gerente do programa Município Verde Azul.

O projeto Sonho de Natal, de Santa Fé do Sul, se destaca por gerar na população local um sentimento de responsabilidade com o meio ambiente. Os alunos levam para as escolas as garrafas PET que recolhem e recebem prêmios por isso. Somente em 2011, foram mais de 2 milhões de garrafas recolhidas e, como recompensa, foram distribuídas 40 bicicletas para os alunos que mais se destacaram durante o ano.

O material recolhido é utilizado para a produção de enfeites de Natal que iluminam 10 quilômetros de avenidas e praças de toda a cidade. O que reforça para a população a ideia de que, descartando corretamente seus resíduos, contribui para o avanço do município. “É o projeto mais bonito do Estado”, exalta Favaleça.

Para as cidades que, como São José do Rio Preto e Santa Fé do Sul, já trabalham com o descarte adequado de resíduos sólidos, Júlio Durante afirma que o próximo passo é a utilização dos resíduos que não podem ser reciclados como biomassa para a queima e geração de energia. Para os outros, sem distinção de tamanho, sempre há ações sustentáveis que podem ser adotadas. Exemplos não faltam.



Usina de reciclagem de São José do Rio Preto

“Mais do que garantir uma renda para que essa parte da população possa viver com dignidade, estamos vendo a expansão da coleta seletiva de forma organizada.” Somente nos últimos dois anos, a cidade viu o surgimento de mais de 40 empresas que trabalham com transporte, reciclagem e reaproveitamento dos resíduos. Foram mais de 550 empregos formais.

Júlio César Durante, gerente de Políticas Públicas e Relações

metros quadrados que será destinada ao descarte adequado de resíduos e contará com um cinturão de mata reflorestada. “Somente em 2012, devem ser plantadas mais de 15 mil mudas” antecipa Antonio Carlos Favaleça, prefeito de Santa Fé do Sul. Outro ponto positivo é que, a cada dois meses, a prefeitura faz um mutirão de limpeza em um dos seis setores da cidade, o que possibilita que, todo ano, o cidadão descarte cor-

Conscientização NO BANCO DA ESCOLA

Por Selma Panazzo

SUSTENTABILIDADE É, HOJE, MATÉRIA OBRIGATÓRIA NAS ESCOLAS, DOS CURSOS
MATERNAS AOS DE PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO

Se depender do setor de educação, o termo sustentabilidade deixará de ser apenas um vocábulo para tornar-se um conceito a permear o dia a dia dos negócios e dos cidadãos. Os parâmetros mais amplos da sustentabilidade – que incluem a responsabilidade social – transmitidos nas instituições de ensino formam melhores cidadãos, profissionais e empreendedores.

Crianças a partir de dois anos, cursando o maternal, já começam a ter noção de sustentabilidade nas escolinhas infantis. Por meio de brincadeiras e dinâmicas coletivas elas incorporam a importância da conservação da natureza, do reaproveitamento de materiais e dos malefícios do desperdício. Enterar papel, plástico e vidro em caixas de terra para, ao longo de algum tempo, acompanhar como ocorre a degradação, é uma das atividades que as crianças da Fórmula Júnior, na Vila Gumercindo, na zona sul da capital, desenvolvem. “Nas aulas trabalhamos conteúdo com esses conceitos. Incentivamos também a leitura de livros como Mundinho doente, mundinho bom”, explica Denise Cevilla Cunha, proprietária da escola.

A sustentabilidade deixou de ser incompatível com avanço nos negócios. No programa Jovens

Empreendedores-Primeiros Passos, do Sebrae-SP, isso fica claro. “Nosso objetivo é a disseminação da cultura a fim de despertar e fortalecer o espírito empreendedor, possibilitando uma nova consciência de trabalho na comunidade escolar e incentivando os educandos à busca de inserção no mercado de trabalho com uma postura empreendedora ou a criação de negócios próprios”, explica a consultora da entidade, Ana Maria de Araújo Brasília. Ela esclarece, ainda, que a metodologia do programa baseia-se em novos paradigmas, de forma a se pensar o empreendedorismo “em um sentido mais amplo, sistêmico e sustentável, que reúna cultura de cooperação, inovação, ecossustentabilidade, ética e cidadania”. A discussão sobre negócios sustentáveis está presente nos módulos desenhados para crianças de 6 anos até jovens de 14 anos. A proposta para os alunos da 6ª série, na faixa de 11 anos, em 2011, por exemplo, foi montar negócios que envolvem papel reciclado e reutilização de materiais.

Colégio parceiro do Sebrae-SP desde 2003, o Civitais, na Vila Prudente, zona leste da cidade, aplica as dinâmicas pedagógicas nas classes das 2ª a 5ª séries, que totalizam mais de 380 alunos. Estes aprendem a importância do lixo reciclável,

o que inclui um sistema de fiscalização exercido por alunos de 2º ano, para que todos acondicionem corretamente o lixo no contêiner certo. O material reciclável é aproveitado na confecção de artesanato. A produção é vendida em uma feira realizada sempre no mês de novembro. “Nossa noção de sustentabilidade inclui também a responsabilidade social. Durante o ano, promovemos campanhas de Páscoa, de Agasalho e de Brinquedos, distribuídos para co-

oferece ainda disciplina de formação integral para a sustentabilidade, que dura um semestre. “Os cursos atendem diferentes públicos e seguem em linha com a evolução da sustentabilidade na sociedade e nas empresas. Os estudantes estão muito interessados no tema e buscam uma visão cada vez mais de longo prazo no que se refere à sustentabilidade”, esclarece Luciana Betiol, coordenadora do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV. “O tema tornou-se importante no

lizada para o II Fórum Ibope de Negócios Sustentáveis, cerca de 46% das empresas brasileiras possuem políticas de sustentabilidade e 37% já têm departamentos dedicados às práticas de ações na área. Entretanto, o estudo mostra que tanto os executivos quanto os cidadãos ainda estão em estágios iniciais de entendimento e desenvolvimento de estratégias eficazes de sustentabilidade. De olho nas oportunidades que podem surgir desse cenário, a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) criou, em dezembro de 2011, o Núcleo de Estudos e Negócios Sustentáveis, que tem como objetivo aplicar a sustentabilidade nos negócios. O núcleo conta com a participação de profissionais experientes e líderes em empresas reconhecidas pela atuação na área.

“Queremos desenvolver o ferramental do gestor para ele ter um pensamento sobre o valor da sustentabilidade, para fazer com que ela seja o sucesso do negócio”, resume Ariane Reis, coordenadora do núcleo. Ela prossegue: “inovação, oportunidade e eficiência são absolutamente compatíveis com sustentabilidade”. Mas a coordenadora alerta que a área de sustentabilidade não pode ficar apartada dos níveis estratégicos das companhias a fim de evitar o risco de conflitos ou de ineficiência. “É preciso ter diretrizes e planejamento claro de médio e longo prazos”, ensina.

Também na ESPM o público alvo são gestores de sustentabilidade e de outras áreas. A escola pretende criar o líder do futuro, com uma visão holística. Por acreditar nesse mercado, a instituição planeja abrir um curso regular de gestão sustentável em maio de 2011. E a demanda, nesse caso, é sinônimo de mudança do entendimento do que seja sociedade ideal.

“A SUSTENTABILIDADE TORNOU-SE IMPORTANTE NO DESENVOLVIMENTO DAS EMPRESAS E A SOCIEDADE JÁ ENTENDE A NECESSIDADE NÃO APENAS DE DISCUTÍ-LO COMO, TAMBÉM, DE INSERÍ-LO EFETIVAMENTE NO DIA A DIA. ESSA EVOLUÇÃO NÃO TEM VOLTA”

Luciana Betiol, coordenadora do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV

munidades carentes da região”, enfatiza Maria Jacira Liberato, coordenadora do colégio.

ATRATIVIDADE

Cada vez mais profissionais de distintos setores buscam aprofundar conhecimentos na área da sustentabilidade que, por ser multidisciplinar, agrega valor aos negócios de diversas naturezas. O Centro de Estudos em Sustentabilidade da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) existe desde 2003. Ministra curso de *master* em Gestão de Sustentabilidade *lato sensu*, com duração de 15 meses, voltado para gestores de modo geral. A instituição

desenvolvimento das empresas e a sociedade já entende a necessidade não apenas de discutí-lo como, também, de inserí-lo efetivamente no dia a dia até que se torne uma consciência natural. Todos buscam pleno equilíbrio entre a economia e os aspectos socioambientais. Essa evolução não tem volta”, complementa.

Os estudantes são profissionais de diferentes áreas: gestores de empresas, servidores públicos, jornalistas, biólogos, advogados e engenheiros. “O mercado de gestão sustentável procura, hoje, – e necessita de – profissionais que tenham experiência prática”, ressalta Luciana.

De acordo com pesquisa rea-

RESPONSABILIDADE GERA RETORNO EM *reconhecimento e recursos*

Por Raphael Ferrari

AÇÕES SUSTENTÁVEIS SE TRANSFORMAM EM ÍNDICE
NA BOLSA DE VALORES E SELO PARA OFICINAS,
ATRAINDO CONSUMIDORES E INVESTIDORES



Ao consumidor já não basta apenas o produto em si. Ele quer algo mais. Para os empresários, a ordem é agregar valor. As consequências disso para os empreendedores são melhores resultados a partir das ações sustentáveis e, claro, formas de fazer o consumidor enxergar este diferencial. Este é o desafio para grande parte das empresas que já adota a sustentabilidade como uma questão estratégica.

A boa notícia, segundo Júlio César Durante, gerente de Políticas Públicas e Relações Institucionais do Sebrae-SP, é que, apesar de lento, esse reconhecimento vem crescendo na mesma medida em que avança a preocupação com o tema na sociedade. “Ações de sustentabilidade culminam em mudanças diretas na qualidade de vida das pessoas, na geração de emprego e na expansão da renda”, aponta Durante. “O crescente reconhecimento dessas ações é inexorável”, completa.

Um exemplo prático dessa realidade é o crescimento gradual e contínuo do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBovespa. “Há

um aumento na procura pelo ISE”, compara a gerente de sustentabilidade da Bolsa de Valores, Sônia Bruck. “É um processo lento, mas irreversível.”

O ISE, explica Sônia, funciona como qualquer outro índice da bolsa, medindo o retorno teórico de uma carteira de ações. O diferencial do ISE, nas palavras da gerente de Sustentabilidade, “é identificar empresas que se destacam nas ações de sustentabilidade, adotando a questão como estratégia empresarial”.

Para participar do índice, as 200 empresas com ações mais líquidas são convidadas a responder um questionário com mais de 170 questões sobre sete temas: econômico/financeiro, social, ambiental, geral, natureza do produto, governança corporativa e mudanças climáticas. Depois, é feita uma análise quantitativa, pontuando cada resposta, uma qualitativa, quando são exigidos documentos comprobatórios das práticas afirmadas e, por fim, são selecionadas até 40 empresas que passam a integrar o ISE naquele ano. Em 2012, a carteira do ISE conta com 51 ações de 38 empresas e soma R\$ 961 bilhões em valor de mercado, o equivalente a 43,72% do total do valor

das companhias com ações negociadas na BM&FBovespa.

Ainda não há uma divulgação do ranking das empresas, mas a questão já é estudada. “No momento a ideia mais forte, mas que pode mudar a qualquer momento, é o conceito de medalhas para os primeiros colocados”, explica Sônia.

Índices como o ISE são importantes, principalmente, para investidores que não decidem a formação de sua carteira somente pela liquidez das ações,

mas avaliam a forma como as empresas gerenciam riscos, ativos tangíveis e intangíveis e se há preocupação com os impactos ambientais da atividade. Motivos que tornam o ISE um chamariz, por exemplo, para os fundos de pensão, que precisam pensar em retorno de longo prazo. “A gerente da Valia, o fundo de pensão dos funcionários da Vale, já afirmou que uma das questões levadas em consideração na hora de comprar ações é se a empresa está no ISE”, comenta Sônia.

“O ISE FUNCIONA COMO QUALQUER OUTRO ÍNDICE DA BOLSA, MEDINDO O RETORNO TEÓRICO DE UMA CARTEIRA DE AÇÕES. O DIFERENCIAL DO ISE É IDENTIFICAR EMPRESAS QUE SE DESTACAM NAS AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE, ADOTANDO A QUESTÃO COMO ESTRATÉGIA”

Sônia Bruck, gerente de sustentabilidade da Bolsa de Valores



A BM&FBovespa também trabalha a sustentabilidade de outras maneiras. Realizando *workshops* com empresas não listadas na Bolsa por meio do programa “Em Boa Companhia”. Em 2012, serão, no mínimo, três *workshops* ainda sem data definida. Para se inscrever é preciso ficar atento ao site da Bolsa www.bmfbovespa.com.br.

Outra iniciativa que visa demonstrar para o público o valor de ações sustentáveis é o Selo de Destinação Ambientalmente Correta (Sedac). Originalmente criado como um programa de controle da Caçula de Pneus, o selo cresceu e se desvinculou da marca, sendo administrado, hoje, pelo Instituto Brasileiro de Direito Ambiental (Ibrada). “Nós

fiscalizamos as oficinas mecânicas que manuseiam pneus, óleo, fluidos do radiador etc e homologamos os parceiros que estão habilitados a retirar este material, de acordo com as normas do Ibama, e lhe dar a destinação correta”, explica Flávia Frangetto, presidente do Ibrada.

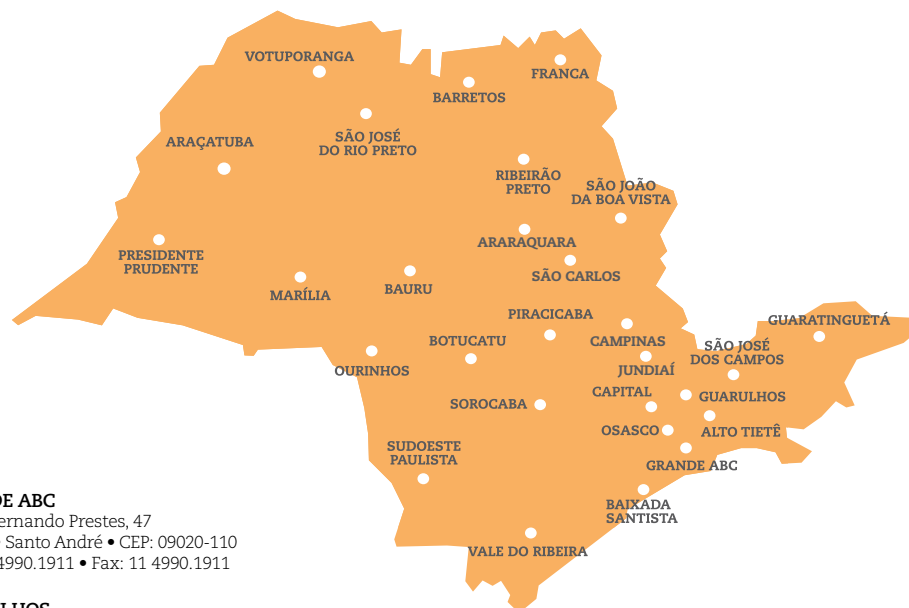
Até o término de 2011, havia 50 oficinas credenciadas na Região Metropolitana de São Paulo e a expectativa é que este número triplique, atingindo 150 empresas, em 2012.

O diferencial do programa é que, além de apontar empresas parceiras para a destinação dos resíduos, o Sedac dá treinamento para os funcionários das oficinas, capacitando-os a falar do assunto com os clientes. Por exemplo, ao trocar um pneu, o funcionário instrui sobre a vida útil do pneu e o impacto que ele pode ter na natureza se descartado incorretamente.

Luciano Castanho, consultor de Sustentabilidade da Caçula de Pneus, pondera que o serviço prestado pelas oficinas, de modo geral, é muito parecido. “O que destaca a importância do Sedac como um diferencial.” É o chamado valor agregado. Castanho afirma que muitos clientes, hoje em dia, se preocupam em saber qual o produto que está sendo trocado no seu carro, “um óleo de motor, por exemplo, não será descartado no esgoto, mas recolhido e tratado corretamente”.

Um pneu deixado em terreno baldio, além de qualquer dano ambiental, irá juntar água da chuva se transformando em um perigoso berço para o mosquito transmissor da dengue. Hoje, um conhecido problema nacional. O modelo sustentável agrega valor às empresas, aliando lucro à cidadania.

ESCRITÓRIOS REGIONAIS DO SEBRAE-SP



SEDE

EDIFÍCIO MARIO COVAS

R. Vergueiro, 1117
Paraíso • CEP: 01504-001
Tel.: 11 3177.4500

CAPITAL

CENTRO

R. Vergueiro, 1.071
Paraíso • CEP: 01504001
Tel.: 11 3177.4635 • Fax: 11 3177.4672

LESTE I

R. Monte Serrat, 427
Tatuapé • CEP: 03312-000
Tel.: 11 2225.2177 • Fax: 11 2225.2177

LESTE II

R. Vitorio Santim, 57
Itaquera • CEP: 08290-000
Tel.: 11 2074.6601 • Fax: 11 2074.6601

NORTE

R. Duarte de Azevedo, 280/282
Santana • CEP: 02036-021
Tel.: 11 2976.2988 • Fax: 11 2976.2988

OESTE

R. Clélia, 336/344
Perdizes • CEP: 05042-000
Tel.: 11 3832.5210 • Fax: 11 3832.5210

SUL

Av. Adolfo Pinheiro, 712
Santo Amaro • CEP: 04734-001
Tel.: 11 5522.0500 • Fax: 11 5522.0500

REGIÃO METROPOLITANA

ALTO TIETÊ

Av. Francisco Ferreira Lopes, 345
Vila Lavinia • Mogi das Cruzes
CEP: 08735-200
Tel.: 11 4722.8244 • Fax: 11 4722.9108

BAIXADA SANTISTA

Av. Dona Ana Costa, 416/418
Gonzaga • CEP: 11060-002
Tel.: 13 3289.5818 • Fax: 13 3289.4644

GRANDE ABC

R. Cel. Fernando Prestes, 47
Centro • Santo André • CEP: 09020-110
Tel.: 11 4990.1911 • Fax: 11 4990.1911

GUARULHOS

Av. Esperança, 176
Centro • CEP: 07095-005
Tel.: 11 2440.1009 • Fax: 11 2440.1009

OSASCO

R. Primitiva Vianco, 640
Centro • CEP: 06016-004
Tel.: 11 3682.7100 • Fax: 11 3682.7100

INTERIOR DO ESTADO

ARAÇATUBA

R. Cussy de Almeida Júnior, 1167
Higienópolis • CEP: 16010-400
Tel.: 18 3622.4426 • Fax: 18 3622.2116

ARARAQUARA

Av. Maria Antonia Camargo de
Oliveira, 2903 - Vila Ferroviária
Araraquara • CEP: 14802-330
Tel.: 16 3332.3590 • Fax: 16 3332.3566

BARRETOS

R. 14, nº 735
Centro • CEP: 14780-040
Tel.: 17 3323.2899 • Fax: 17 3323.2899

BAURU

Av. Duque de Caxias, 16-8
Vila Cardia • CEP: 17011-066
Tel.: 14 3234.1499 • Fax: 14 3234.2012

BOTUCATU

R. Dr. Costa Leite, 1570 - Centro
CEP: 18602-110 • Fone: 14 3815.9020
Fax: 14 3815.9020

CAMPINAS

Av. Andrade Neves, 1811
Jardim Chapadão • Campinas
CEP: 13070-000
Tel.: 19 3243.0277 • Fax: 19 3242.6997

FRANCA

Av. Dr. Ismael Alonso y Alonso, 789
Centro • CEP: 14400770
Tel.: 16 3723.4188 • Fax: 16 3723.4483

GUARATINGUETÁ

R. Duque de Caxias, 100
Centro • CEP: 12501-030
Tel.: 12 3132.6777 • Fax: 12 3132.2740

JUNDIAÍ

R. Suiça, 149
Jardim Cica • CEP: 13206-792
Tel.: 11 4587.3540 • Fax: 11 4587.3554

MARÍLIA

R. Brasil, 412
Centro • CEP: 17509-052
Tel.: 14 3422.5111 • Fax: 14 3413.3698

OURINHOS

R. dos Expedicionários, 651
Centro • CEP: 19900-041
Tel.: 14 3326.4413 • Fax: 14 3326.4413

PIRACICABA

Av. Independência, 527
Bairro Alto • CEP: 13419160
Tel.: 19 3434.0600 • Fax: 19 3434.0880

PRESIDENTE PRUDENTE

R. Major Felício Tarabay, 408
Centro • CEP: 19010-051
Tel.: 18 3222.6891 • Fax: 18 3221.0377

RIBEIRÃO PRETO

R. Inácio Luiz Pinto, 280
Alto da Boa Vista • CEP: 14025-680
Tel.: 16 3621.4050 • Fax: 16 3620.8241

SÃO CARLOS

R. 15 de Novembro, 1677
Centro • CEP: 13560-240
Tel.: 16 3372.9503 • Fax: 16 3372.9503

SÃO JOÃO DA BOA VISTA

R. Getúlio Vargas, 507
Centro • CEP: 13870-100
Tel.: 19 3622.3166 • Fax: 19 3622.3209

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO

R. Dr. Presciliano Pinto, 3184
Jd. Alto Rio Preto • CEP: 15020-000
Tel.: 17 3222.2777 • Fax: 17 3222.2999

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

R. Santa Clara, 690
Vila Ady'anna • CEP: 12243-630
Tel.: 12 3922.2977 • Fax: 12 3922.9165

SOROCABA

Av. General Carneiro, 919
Cerrado • CEP: 18043-003
Tel.: 15 3224.4342 • Fax: 15 3224.4435

SUDOESTE PAULISTA

R. Ariovaldo Queiroz Marques, 100
Centro • Itapeva • CEP: 18400-560
Tel.: 15 3522.4444 • Fax: 15 3522.4120

VALE DO RIBEIRA

R. José Antonio de Campos, 297
Centro • Registro • CEP: 11900-000
Tel.: 13 3821.7111

VOTUPORANGA

Av. Wilson de Souza Foz, 5137
Vila Residencial Esther • CEP: 15502-052
Tel.: 17 3421.8366 • Fax: 17 3421.5353

PAs Pontos de Atendimento ao Empreendedor

Brasilândia

Rua Parapuã, 491
Tel.: 11 3991.4848
pabrasilandia@sebraesp.com.br

Campo Limpo

Rua Mario Neme, 16/22
Tel.: 11 5842.2373
pacampolimpo@sebraesp.com.br

Cidade Ademar

Av. Cupecê, 2861
Tel.: 11 5562.9312
pacidadeademar@sebraesp.com.br

Itaim Paulista

R. Manoel Bueno da Fonseca, 129
Tel.: 11 2568.5086
paitaimpaulista@sebraesp.com.br

Jaraguá

Rua Friedrich Von Voith, 142
Tel.: 11 3943.1103
paejaragua@sebraesp.com.br

Rio Pequeno

Av. Rio Pequeno, 155
Tel.: 11 3719.2311
paeriopequeno@sebraesp.com.br

São Mateus

Rua Felice Buscaglia, 348
Tel.: 11 2015.6366
pasaomateus@sebraesp.com.br

Sapopemba

Av. Sapopemba, 2824
Tel.: 11 2021.1110
pasapopemba@sebraesp.com.br

Tremembé

Av. Maria Amália L. de Azevedo, 241
Tel.: 11 2267.1003
patremembe@sebraesp.com.br

INCLUSÃO SOCIAL É NEGÓCIO DAS EMPRESAS

Júnia Faria e Cláudio Boechat, do Centro de Desenvolvimento de Sustentabilidade no Varejo da Fundação Dom Cabral

A caminho de 9 bilhões de pessoas em 2050, a população humana tem, hoje, cerca de 2,6 bilhões vivendo com menos de US\$ 2 por dia, de acordo com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Apesar de todos os avanços ocorridos nos últimos anos, segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), no ano de 2009 o Brasil ainda possuía mais de 39 milhões de pessoas vivendo abaixo da linha da pobreza. Ainda assim, a camada mais desfavorecida da população acumula um potencial de consumo, produção, inovação e atividade empreendedora que é pouco aproveitado. O potencial econômico da chamada base da pirâmide é conhecido, mas incluir essas pessoas na sociedade e nos mercados representa um grande desafio.

O virtual e derradeiro rompimento das barreiras de postergação dos dilemas decorrentes do anúncio das mudanças climáticas sinaliza a definitiva emergência da consciência coletiva global quanto aos desafios ambientais. O combate à pobreza por meio da produção e do consumo encontra aí um imperativo: deve ser concomitante não apenas à preservação do que ainda resta, como deve encontrar, nas formas de mercado, as forças de restauração a um nível sustentável dos recursos para a humanidade. Isto tem a dimensão de uma revolução global de princípios, pensamentos e práticas.

A expansão da inclusividade dos mercados é um passo fundamental na luta para alcançar os objetivos do milênio e erradicar a miséria do mundo. Negócios inclusivos são aqueles que, na sua operação:

- têm a intenção de gerar lucro para a atividade empresarial e fazer competir seus interesses frente aos demais, de forma respeitosa e democrática, contribuindo para ganhos recíprocos;

- envolvem os pobres, contribuindo para melhorar sua qualidade de vida, mas não o fazem de forma assistencialista ou subvencionada por recursos públicos; e

- promovem a recuperação e a preservação do meio ambiente.

Além de trazer benefícios para as empresas e para os pobres, é preciso que os modelos de negócios inclusivos sejam ambientalmente sustentáveis. Várias definições deste tipo de negócios partem do princípio de que incluir, por si só, é sustentável, sendo que o contrário é provavelmente verdade. Nosso desafio nacional está em como incluir esses 39 milhões de brasileiros de modo que as demandas já extrapolantes sobre o planeta não aumentem. Esse fato gera a necessidade de que os novos modelos de negócios sejam não apenas inclusivos, mas também verdes. A solução para a questão está na inovação e na utilização de novas, mais limpas e mais eficientes tecnologias.

Já a questão do consumo é de natureza um pouco mais complexa, e cabe aqui uma reflexão sobre o atual padrão e o que nós esperamos do futuro. O surgimento de novas metodologias para quantificar a qualidade de vida, que extrapolam os dados puramente socioeconômicos do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), aponta uma mudança de perspectiva. Esse novo olhar pode ser indicativo de uma mudança mais profunda, uma real quebra de paradigma.

Desde que levem em consideração, de forma explícita, a coerência com princípios de sustentabilidade ambiental, negócios e mercados inclusivos podem, sim, vir a ser instrumentos de transformação significativa, ao proporem elementos pelos quais o capitalismo pode se aproximar do ideal de promover, de forma eficaz, o desenvolvimento sustentável.



Você procura uma consultoria personalizada mas não tem orçamento para isso?

O Sebrae Mais é mais acessível.

Mais prático: O que você aprende, aplica imediatamente na empresa.

Mais flexível: Você fica mais tempo na empresa que em sala de aula.

Mais personalizado: Acompanhamento de um consultor em todas as etapas.

Ligue agora e veja a disponibilidade no seu estado

0800 570 0800

É mais que consultoria.

É mais que curso.

É Sebrae Mais.

www.sebraesp.com.br

Se a sua empresa tem **+** de 2 anos de 9 funcionários

Estas soluções são para você:



Estratégias Empresariais

Você será capaz de fazer uma análise completa do seu ambiente empresarial, identificando pontos fortes e fracos, redefinindo missões e metas corporativas. Também irá elaborar e implementar um plano de ação estratégica.

Empretec

Um seminário desenvolvido pela ONU que lhe motiva a promover mudanças no seu comportamento, aperfeiçoando suas habilidades de negociação e gestão, proporcionando maior segurança nas decisões e aumentando a chance de sucesso da sua empresa.

Internacionalização

Prepare sua empresa para conquistar o mercado global, tornando seu produto ou serviço mais competitivo dentro e fora do País.

Gestão da Inovação

Descubra que inovação não é só tecnologia. E, sim, uma nova forma de pensar e gerir o negócio: fazendo diferente.

Gestão Financeira

Compreenda todas as informações financeiras da sua empresa e transforme-as em ferramentas para decisões seguras e eficientes. Método prático: você aprende enquanto aplica o conteúdo na empresa.

SUA CABEÇA ESTÁ CHEIA DE NOVAS IDEIAS? E AS SUAS ATITUDES?



3º PRÊMIO FECOMERCIO *de sustentabilidade*

Realização:



Apoio:

Coordenação Técnica:



Novos comportamentos, novas tendências, novas possibilidades, novos caminhos e novas atitudes. A base de tudo isso são as novas ideias e a coragem de tirá-las do papel. Por isso, o **3º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade**, desenvolvido em parceria com a Fundação Dom Cabral e o Centro de Desenvolvimento do Varejo Responsável, vai envolver participantes que criam e implantam práticas sustentáveis inovadoras.

Inscrições abertas. Para mais informações, acesse: www.fecomercio.com.br/sustentabilidade