

**TÉCNICO EM
EDIFICAÇÕES**

GESTÃO AMBIENTAL



TÉCNICO EM
EDIFICAÇÕES

GESTÃO AMBIENTAL



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	04
BOAS VINDAS	05
INFORMAÇÕES INTRODUTÓRIAS	06
Organização curricular	06
Sistema de tutoria	06
Sistema de avaliação	06
VOCÊ E OS ESTUDOS À DISTÂNCIA	07
Organizando os estudos	07
Conhecendo o ambiente virtual de aprendizagem	08
RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE	09
Os mais novos valores competitivos do mercado	09
RESPONSABILIDADE SOCIAL É UMA REALIDADE	11
GANHOS EMPRESARIAIS	12
UM GUIA DE DIRETRIZES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	14
RESPONSABILIDADE, TRANSPARÊNCIA E ÉTICA	15
SUSTENTABILIDADE	18
Conceitos e desdobramentos nas organizações	18
CONTEXTUALIZAÇÃO	20
A aplicação do conceito de sustentabilidade em organizações	31
REFERÊNCIAS	43

APRESENTAÇÃO

A **Escola Técnica Nossa Senhora Aparecida** com o intuito de se tornar referência em ensino técnico no Brasil, lança cursos técnicos em diversos eixos, de forma a atender uma demanda regional e estadual.

Por meio de um trabalho diferenciado o estudante é instigado ao seu autodesenvolvimento, aliando a pesquisa e a prática.

Essa competência e boa formação são os requisitos necessários para quem deseja estar preparado para enfrentar os desafios do mercado profissional. A escolha de um curso que aproxime teoria e prática e permita a realização de experiências contribui de maneira decisiva para a formação de um profissional comprometido com a qualidade e a inovação.

Ciente dessa importância a escola técnica Nossa Senhora Aparecida reuniu profissionais especialistas das áreas fins dos cursos propostos para fornecer cursos técnicos de qualidade para a comunidade da região.

Como escola de desenvolvimento tecnológico, na área de educação, através de um trabalho sério, realizado nos últimos anos no campo da educação básica, fortalece e amplia o seu programa de cursos, instituindo, em Goiás cursos técnicos de educação profissional.

Os cursos da Escola Técnica Nossa Senhora Aparecida são oferecidos na modalidade semipresencial, utilizando-se da plataforma Moodle ou Material Apostilado, mediado por professores formadores/tutores renomados. Além dos momentos presenciais, serão oferecidos no ambiente virtual: fórum de apresentação, fórum de notícias, slide com conteúdos pertinentes ao curso em questão, links de reportagens direcionadas, sistematização da aprendizagem.

BOAS VINDAS

Bem vindo à Escola Técnica Nossa Senhora Aparecida!

Prezado (a) Cursista,

Que bom tê-lo (a) conosco!

Ao ter escolhido estudar na modalidade à distância, por meio de um ambiente virtual de aprendizagem, você optou por uma forma de aprender que requer habilidades e competências específicas por parte dos professores e estudantes. Em nossos cursos à distância, é você quem organiza a forma e o tempo de seus estudos, ou seja, é você o agente da sua aprendizagem. Estudar e aprender a distância exigirá disciplina.

Recomendamos que antes de acessar o espaço virtual de aprendizagem, faça uma leitura cuidadosa de todas as orientações para realização das atividades.

É importante que, ao iniciar o curso, você tenha uma compreensão clara de como será estruturada sua aprendizagem.

Uma orientação importante é que você crie uma conta de e-mail específica para receber informações do curso, seus exercícios corrigidos, comunicados e avisos. É de responsabilidade do estudante verificar também sua caixa de spam-lixo para ter acesso a todas as informações enviadas.

Desejamos um ótimo curso.

INFORMAÇÕES INTRODUTÓRIAS

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

Cada curso possui matriz curricular própria dividida em módulos de ensino semanais. O cronograma e planejamento de cada curso são modulados conforme as disposições dos professores e as atualizações dos conteúdos.

Os cursos têm apostilas de conteúdo para cada componente curricular, elaboradas por profissionais de referência em Goiás.

Os certificados serão emitidos pela Escola Nossa Senhora Aparecida até 90 dias após o término do curso, tendo em vista o trabalho de fechamento das notas e avaliação do curso.

SISTEMA DE TUTORIA

O tutor será o profissional que estará mais próximo de você durante o período do curso, passando todos os comunicados e avisos, cobrando a entrega das atividades.

Conte com o tutor da sua turma para tirar suas dúvidas sejam elas do ambiente virtual, conteúdo do curso ou dúvida e questionamentos sobre os exercícios.

SISTEMA DE AVALIAÇÃO

A avaliação será obtida através da participação e da avaliação do nível de conhecimento que o estudante demonstrar em chats, fóruns e exercícios.

Ao término do curso será informado para os estudantes de forma individualizada sobre sua aprovação e desempenho no curso.

VOCÊ E OS ESTUDOS À DISTÂNCIA

ORGANIZANDO OS ESTUDOS

O estudo por meio de um ambiente virtual de aprendizagem não é mais difícil e nem mais fácil do que num ambiente presencial. É apenas diferente. O estudo à distância exige muita disciplina. As orientações a seguir irão auxiliá-lo a criar hábitos de estudo.

- Elabore um horário semanal, considerando a carga horária do curso. Nesse plano, você deve prever o tempo a ser dedicado:
 - à leitura do conteúdo das aulas, incluindo seus links para leituras complementares, sites externos, glossário e referências bibliográficas;
 - à realização das atividades ao final de cada semana;
 - à participação nos chats;
 - à participação nos fóruns de discussão;
 - ao processo de interação com o professor e/ou com o tutor;
 - ao processo de interação com seus colegas de curso, por mensagem ou por chat.

Uma vez iniciados os seus estudos, faça o possível para manter um ritmo constante, procurando seguir o plano previamente elaborado. Na educação à distância, é você, que deve gerenciar o seu processo de aprendizagem.

Procure manter uma comunicação constante com seu tutor, com o intuito de tirar dúvidas sobre o conteúdo e/ou curso e trocar informações, experiências e outras questões pertinentes.

Explore ao máximo as ferramentas de comunicação disponíveis (mensageiro, fórum de discussão, chat).

É imprescindível sua participação nas atividades presenciais obrigatórias (aulas), elas são parte obrigatória para finalização do curso.

CONHECENDO O AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM

No ambiente virtual de aprendizagem também necessitamos de uma organização para que ocorram os processos de ensino, de aprendizagem e principalmente a interação entre professor/tutor e estudantes.

O ambiente virtual de aprendizagem da Escola Nossa Senhora Aparecida é o Moodle.

Em sua sala de aula, você encontrará espaços de comunicação e interação: quadro de notícias, atividades recentes, informações sobre o professor e sobre seus colegas de turma, calendário, recurso para o envio da sistematização ao seu tutor e ferramentas de comunicação.

Sucesso no seu Curso!

RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE

OS MAIS NOVOS VALORES COMPETITIVOS DO MERCADO

A responsabilidade social corporativa se apresenta como um tema cada vez mais importante no comportamento das organizações, exercendo impactos nos objetivos, missão, valores, cultura, estratégias e no próprio significado atual das empresas.

A sustentabilidade corporativa deve ser vista como uma abordagem de negócios, para agregar valor à empresa, à seus produtos e à sua marca.

Portanto, responsabilidade social e sustentabilidade tratam-se de governança corporativa.

A própria competitividade está associada à sustentabilidade do negócio, que só será plena quando estendida a toda a cadeia produtiva. Constata-se, assim, que a força econômica está intrinsecamente ligada à preservação do meio ambiente, o que representa uma mudança de cultura no mundo corporativo e, por causa disso, envolve um trabalho integrado com as partes interessadas. A sustentabilidade é um conceito que depende de todos: empresas, governos, sociedade e indivíduos. Deve ser entendida como uma abordagem sistêmica a qual postula que todos os elementos influenciam e são influenciados reciprocamente.

Estamos nos acostumando a ouvir sobre responsabilidade social e sustentabilidade nas empresas. Na realidade, sustentabilidade é uma das palavras da moda no mundo corporativo, e nem sempre é aplicada de uma forma correta.

Então vamos começar por aí: o que é uma empresa sustentável? Eu definiria da seguinte forma: é a empresa que gera lucros para seus acionistas sem causar impactos negativos aos stakeholders. Mas o

que vem a ser stakeholders?

Stakeholders todos que são atingidos de forma positiva ou negativa pelas ações que a empresa vem a praticar. Os stakeholders são os funcionários, os clientes, o meio ambiente, a comunidade, etc.

Isto se aplica também à pequena empresa? Não podemos cometer o erro de pensar que sustentabilidade se aplica somente às grandes corporações... estas somente “aparecem” mais porque possuem um alcance maior e, portanto têm impacto em um número maior de pessoas. Lembre-se que seu empreendimento tem um impacto local, e que deve ser sustentável em seu ambiente.

De uma forma mais simples e genérica, sustentabilidade significa “não degradar o meio ambiente e mantê-lo às gerações futuras”.

Mas transpor essas idéias para a realidade concreta das empresas não é fácil, até porque elas não fazem parte do core business da empresas. Trata-se de uma mudança de cultura, mudança na política empresarial, implantação de novos conceitos, os quais exigem tempo, paciência, inovação e o trabalho integrado com as partes interessadas. Aos poucos, as corporações estão repensando seus valores, códigos de ética e de conduta, modelos de produção e gestão.

RESPONSABILIDADE SOCIAL É UMA REALIDADE

As empresas passaram a ser avaliadas pelos consumidores por sua atuação na sociedade, ou seja, é preciso demonstrar qual o seu papel na construção de uma sociedade mais humanitária, surgindo assim, o conceito de responsabilidade social.

As empresas precisam compreender que a responsabilidade social é uma realidade e que dela também dependerá para garantir o seu desenvolvimento sustentável. Em pesquisa recente foi constatado que o consumidor é influenciado na escolha dos produtos de empresas que buscam a preservação do meio ambiente, que não se envolvem em corrupções e que contribuem para a melhoria das condições de vida da comunidade. Seus empregados, que são o seu principal valor competitivo, também se motivam ao trabalhar em empresas que possuem gestão com responsabilidade social.

Responsabilidade Social não é simplesmente fazer doação de dinheiro ou bens materiais a favor de pessoas ou instituições que trabalhem com causas sociais. Não é dar aula de inglês para moradores de favelas só porque você tem uma cadeia de escolas de inglês; não é fazer campanhas para arrecadar roupas ou alimentos não perecíveis e entregá-los às instituições ou às pessoas carentes. Isso é filantropia.

Responsabilidade Social é muito mais que isso, é o compromisso da empresa em contribuir com o desenvolvimento, o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida dos seus empregados, suas famílias e a comunidade em geral; começa com o respeito aos que trabalham na organização, aos seus valores, às culturas e às crenças. Com o respeito às condições de trabalho oferecidas pela própria organização. Continua com a preocupação em participar como membro da vida da comunidade local, da cidade, do país, do planeta. Não é tarefa simples, pois exige radical mudança de mentalidade de gestão empresarial.

GANHOS EMPRESARIAIS

Cada vez mais, valoriza-se a consciência de que uma gestão socialmente responsável pode trazer inúmeros benefícios às empresas. Em muitos depoimentos e pesquisas, a responsabilidade social aparece como responsável pelo apoio da sociedade e dos consumidores, pela preferência de investidores, por um espaço crescente aberto pela mídia, por um bom clima organizacional, pelo recrutamento e retenção de pessoas talentosas.

Podemos afirmar que o retorno destes investimentos se concretiza através dos seguintes ganhos: em imagem e em vendas, pelo fortalecimento e fidelidade à marca e ao produto; pela valorização da empresa na sociedade e no mercado; em tributação, com as possibilidades de isenções fiscais em âmbitos municipal, estadual e federal para empresas patrocinadoras ou diretamente para os projetos; em produtividade, pelo maior empenho e motivação dos funcionários; em retorno publicitário advindo da divulgação de mídia espontânea e em ganhos sociais, pelas mudanças comportamentais da sociedade.

Segundo a BOVESPA o ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial) é uma espécie de “selo de qualidade”. Por quê? Hoje, grandes investidores conscientes atuam sob dois conceitos: investidor pragmático, aquele que compra ações de empresas listadas em índices de sustentabilidade porque acreditam que essas companhias têm mais chances e permanecerem produtivas pelas próximas décadas e que sofrerão menos passivos judiciais com ações trabalhistas, ambientais e sociais.

Investidor engajado: é aquele que, por compromisso pessoal, decide privilegiar as empresas que atuam de forma sustentável, com respeito

a valores éticos, ambientais e sociais. Ele não quer se envolver com empresas que poluem ou que têm problemas com direitos humanos. Está disposto a pagar um valor maior pela ação de empresas que privilegiam os três pilares de sustentabilidade - econômico, ambiental e social, ou seja, o Triple Bottom Line.

UM GUIA DE DIRETRIZES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

A ISO 26000, como a norma será chamada, estabelece um padrão internacional de diretrizes de Responsabilidade Social. Diferentemente das demais ISOs, não será uma norma de certificação.

Ela servirá apenas como um guia de diretrizes e não para conseguir certificados de Responsabilidade Socioambiental pelas organizações. É uma ISO de Responsabilidade Social (RS).

Sua finalidade consistirá em apresentar diretrizes de responsabilidade social e orientar organizações de diferentes portes e naturezas — pequenas, médias e grandes empresas, governos, organizações da sociedade civil, entre outras.

Por ser aplicável a diversos tipos de organização e não somente às empresas, a ISO 26000 utilizará a terminologia Responsabilidade Social (RS) e não Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

RESPONSABILIDADE, TRANSPARÊNCIA E ÉTICA

Ninguém discute, hoje em dia, que a responsabilidade social tornou-se uma poderosa ferramenta de comunicação para as empresas, entre outras razões, por criar diferenciais para marcas, produtos e serviços em relação a seus concorrentes.

Para as empresas, está claro que as causas e projetos socioambientais que patrocinam trazem retorno expressivo em se tratando de mercado, melhoria efetiva de imagem, exposição em mídia espontânea e recrutamento de bons colaboradores, apenas para citar alguns benefícios, pois ao divulgar seu compromisso social a organização fica mais conhecida e respeitada na comunidade.

Desenvolver programas ou projetos de responsabilidade social ou patrocinar uma ação social visando tão somente a divulgação da marca, de um produto ou serviço é uma estratégia que nunca deve ser adotada, porque aos poucos a sociedade passa a distinguir se a conduta está sendo ou não autêntica. É bom que se diga que, gradualmente, os consumidores já conseguem diferenciar a publicidade vazia de uma atitude séria, por estarem mais esclarecidos, atentos e vigilantes em relação a alguns recursos empregados pelas empresas com o fim explícito de tornar sua marca e imagem mais simpática e bem aceita. Ao descobrirem que estão sendo ludibriados, acabarão, fatalmente, punindo a marca infratora, migrando para uma concorrente.

Outro erro muito comum cometido pelas empresas é divulgar sua atuação social deixando transparecer, de alguma forma, que essas ações não fazem parte de seus verdadeiros valores corporativos. Ações sociais devem ser estimuladas, desde que com responsabilidade e ética, porque, mais do que “fazer marketing”, essa é uma maneira inteligente de se utilizar uma ferramenta para incentivar e multiplicar novas ações. E isso é diferente de oportunismo.

O que fundamenta, então, a Responsabilidade Social? A ética! Aí a dificuldade em dizer se uma empresa é ou não responsável socialmente. A ética é a base da Responsabilidade Social e se expressa através dos princípios e valores adotados pela organização.

A empresa precisa ter coerência nos seus negócios, na sua maneira de atuar. Se executar programas junto à comunidade, com obras e projetos de cunho social, mas superfaturam notas, paga mal seus funcionários, não cumpre as legislações trabalhistas, tem um ambiente de trabalho hostil, não é coerente nas suas ações, então não podemos dizer que essa empresa tem Responsabilidade Social.

O que fazer, então? Particularmente, sou favorável à publicação de relatórios e balanços sociais, pois esses documentos revelam como estão sendo aplicados os recursos de Responsabilidade Social.

O balanço social é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da Responsabilidade Social corporativa.

No balanço social a empresa mostra o que faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos. Ou seja, sua função principal é tornar pública a Responsabilidade Social empresarial, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente.

O balanço social é uma ferramenta que, quando construída por múltiplos profissionais, tem a capacidade de explicitar e medir a preocupação da empresa com as pessoas e a vida no planeta.

No Brasil os primeiros balanços sociais foram publicados nos anos 80, mas só na década seguinte algumas corporações passaram a publicá-los anualmente. Em 1997, o sociólogo Herbert de Souza,

o Betinho, promoveu uma grande campanha junto às empresas pela divulgação do balanço social, ainda que voluntariamente. Desde Janeiro deste ano a divulgação do “balanço social” é uma recomendação do Conselho Federal de Contabilidade, que através da NBC T 15 de 2004 (Normas Brasileiras de Contabilidade) estabelece os procedimentos a serem declarados nas Informações de Natureza Social e Ambiental. É obrigatório? Não. Então, por que publicar? “Porque prestar contas agrega valor ao negócio”.

O balanço social favorece a todos que interagem com a empresa e comporta aspectos intangíveis (reputação, confiança, credibilidade, integridade, capital intelectual, fidelidade do consumidor, gestão de risco, responsabilidade sócio-ambiental e outros) que complementam os tradicionais balanços patrimoniais e a contabilização de aspectos tangíveis como: capital financeiro, imobilizado etc. Por isso representa perenidade e valor a longo prazo.

Para os investidores e fornecedores o balanço social é um “termômetro” e para os consumidores um “espelho da postura da empresa”. Segundo o sociólogo Betinho “o balanço social não tem donos, só beneficiários”.

Hamilton Chelegon
Sociólogo – Consultor Organizacional

SUSTENTABILIDADE

CONCEITO E DESDOBRAMENTOS NAS ORGANIZAÇÕES

Renato de Aragão Ribeiro Rodrigues¹, Ana Rosa Chopard Bonilauri², Cleuza Santos Faustino³, Cristiane Rufino de Azevedo⁴, Paula Sant'Anna Buffara⁵.

Resumo: O artigo explora o conceito de SUSTENTABILIDADE, em algumas de suas apropriações acadêmicas e dos órgãos de fomento à implantação e certificação dos programas nas organizações. Analisa algumas abordagens na utilização do conceito pelas organizações fazendo comparações entre tais abordagens e significados, estimulando o leitor à reflexão sobre o tema. Num segundo tópico, discute algumas oportunidades em implantar programas de sustentabilidade destacando as oportunidades de resultados com impacto sócio ambiental relevante no espectro de influência das organizações, desde seu quadro próprio de pessoal até as sociedades que abrigam as atividades empresariais.

Abstract: The article explores the concept of sustainability in some of its academic assumptions and in the agencies that support companies' programs of implantation and certification. It analyzes their approaches when using such concept, comparing them and the meanings, therefore stimulating the reader to reflect on the subject. The second topic explores the opportunities of introducing sustainability programs in companies. It points out to the chances of results with social and environmental impacts, with are of notable

- 1 Biólogo, Doutorando em Geoquímica Ambiental pela Universidade Federal Fluminense, Mestre em Geoquímica Ambiental, Especialista em Ciências Ambientais, Especialista em Sustentabilidade na ID – Projetos Educacionais.
- 2 Pedagoga, Mestre em Psicologia da Educação, Especialista em Psicopedagogia e MBA em Gestão do Conhecimento pela COPPE CRIE UFRJ, Diretora Temática Educação Corporativa da ABRH – RJ e Presidente da ABEC- Associação Brasileira de Educação Corporativa, Diretora de Projetos Estratégicos da ID – Projetos Educacionais.
- 3 Pós-graduada em Educação e graduada em Letras pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro, com extensão em língua portuguesa e didática do ensino.
- 4 Educadora, Bacharel em Análise de Sistemas, MBA em Gestão de Serviços pela Fundação Getúlio Vargas.
- 5 Educadora, Bacharel em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Consultora Educacional da ID – Projetos Educacionais.

relevance for those influenced by the organizations, since it's employees until the society that hosts it's activities.

INTRODUÇÃO

Desde a criação do conceito de sustentabilidade até sua aplicação como caminho para um mundo em equilíbrio e seu estabelecimento como um assunto no campo acadêmico, um dos aspectos mais transcendentais da sua evolução tem sido o estabelecimento de uma definição na qual todos os aspectos da sua criação estejam envolvidos.

Um dos resultados mais visíveis das conferências internacionais, desde Estocolmo 1972, e mais recentemente com o “conhecimento” da possibilidade do aquecimento global pela mídia e pela sociedade (apesar do assunto ser debatido no meio científico desde a década de 1960), foi a incorporação da sustentabilidade nos debates sobre desenvolvimento. Governos, universidades, empresas e sociedade introduziram em escala e extensão crescentes, considerações e propostas que refletem a preocupação com o “esverdeamento” de projetos de desenvolvimento e a “democratização” dos processos de tomada de decisão.

O termo sustentável emerge no final da década de 1980, não mais como uma contestação isolada. Para alguns, este termo surge como uma adaptação do sistema contestado, buscando novo posicionamento e sua própria manutenção. O fato é que o sustentável, em geral corresponde, a uma maior objetividade nas proposições – em excesso, em alguns casos. “Uma atividade reconhecida como sustentável pela sociedade recebe esta denominação por estar embasada em conceitos objetivos amplamente discutidos – ao menos para cada segmento da economia”. (Dale, 2005, p.5).

Para entender o surgimento e a difusão do termo sustentabilidade, é válido fazer uma síntese do desenvolvimento do pensamento ecológico, que discute a evolução das idéias e percepções do homem sobre a natureza. Dois marcos iniciais desse pensamento foram a Proibição de Serrarias Hidráulicas e Proteção às Florestas, no século

XIV, na França e Inglaterra e o Decreto das Águas e Florestas, em 1669, na França, onde a idéia do protecionismo é baseada unicamente nos interesses econômicos.

O movimento vive uma segunda fase durante o Renascimento, quando se consolida a idéia de posição superior do Homem e que a natureza existe para prover suas necessidades.

O final do século XIX é um período de forte expansão econômica e territorial da cristandade ocidental e de otimismo com as realizações da engenharia. Em 1864, George Perkins Marsh publica o livro “Man and Nature: physical geography as modified by human action”, dando um grito de alerta: “a atividade humana está desequilibrando a natureza, é preciso restaurar a harmonia!”. Porém, com a euforia pelos grandes projetos de engenharia, o livro de Marsh é praticamente ignorado, e suas idéias só seriam aplicadas mais de um século depois.

Ao final do século XIX, a legitimação das intervenções humanas torna-se cada vez mais difícil. Emerge a noção de fatalidade: “A degradação da natureza é uma fatalidade ligada à necessidade de progresso”. O modelo econômico deturpa a idéia central do Darwinismo.

Até o final do século XIX, todas as tentativas de preservação da natureza mostraram um caráter puramente de defesa do interesse econômico. A idéia do preservacionismo apenas para proteger o que restava de natureza surge então nos Estados Unidos, em 1872, com a criação do primeiro parque nacional do mundo: Yellowstone. Numa postura totalmente contrária à assumida pelos governos americanos no período pós-segunda guerra, como veremos a seguir. Em 1899, foram criados mais quatro parques nacionais nos Estados Unidos, porém essa idéia não foi absorvida imediatamente por muitos países. O Brasil criou seu primeiro parque em 1937 (Itatiaia) e a França apenas em 1963.

A partir de então, a percepção cada vez mais clara dos problemas ambientais leva ao surgimento de um movimento internacional embrionário e à realização de diversos encontros, convenções,

acordos e congressos, até que a Primeira Grande Guerra interrompe o processo de mundialização do movimento. Em 1923, o I Congresso Internacional para a Proteção da Natureza, em Paris, se torna o marco do nascimento do atual movimento preservacionista. Ao final da década de 1930, a idéia de preservação da natureza recebeu uma solução pragmática: criar unidades de conservação.

Com a crise de 1929 amplia-se o uso de tecnologias menos onerosas (mais lucrativas e poluidoras). Os Estados Unidos, desejando preservar seu crescimento industrial, propõem a expansão das Unidades de Conservação como política ambiental internacional.

Após a Segunda Guerra, o movimento internacional finalmente se consolida. Outro marco literário é a obra de Rachel Carson, *Primavera Silenciosa*, de 1962, que mostra a vulnerabilidade da natureza à intervenção humana, pelo uso do inseticida DDT nas lavouras. O alerta de Carson era assustador demais para ser ignorado: a contaminação de alimentos, os riscos de câncer, de alteração genética, a morte de espécies inteiras... Pela primeira vez, a necessidade de regulamentar a produção industrial de modo a proteger o meio ambiente se tornou aceita.

Vários outros encontros mundiais aconteceram desde então. A Conferência de Estocolmo, em 1972 se tornou um marco, pela criação de uma política mundial de Meio Ambiente. Foi dado um alerta de que a sobrevivência do planeta corria riscos com a crescente e irracional interferência do homem no meio ambiente.

A conscientização de que as questões ambientais devem ser consideradas no processo de desenvolvimento, tanto governamental quanto organizacional, ganharam impulso com os grandes acidentes ambientais que marcaram as décadas de 60 a 80, como o da Baía de Minamata no Japão, o acidente de Bhopal na Índia, o acidente na usina nuclear de Chernobyl, na extinta União Soviética e o vazamento de petróleo da Exxon Valdez no Alaska, entre outros. A comoção internacional causada pelos acontecimentos reforçou o questionamento já expresso pela ONU na Conferência de Estocolmo,

em 1972.

A resposta da ONU sobre o comportamento predatório do desenvolvimento econômico foi consolidada com a publicação do relatório *Nosso Futuro Comum*, em 1987. Nele, a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) criticava o modelo adotado pelos países desenvolvidos e defendia um novo tipo de desenvolvimento, capaz de manter o progresso em todo o planeta e de, no longo prazo, partilhá-lo entre países em desenvolvimento e desenvolvidos. Nascia, assim, o conceito de desenvolvimento sustentável ou sustentabilidade.

Nesse documento, conhecido como Relatório Brundtland, o consenso foi alcançado e a expressão desenvolvimento sustentável foi inventada para incluir os processos de tomadas de decisão e políticas baseadas na interdependência e na complementaridade do crescimento econômico e da preservação ambiental. Apesar disso, o documento mostra a necessidade da reforma de instituições e leis no quadro da sustentabilidade a fim de enfrentar os desafios do futuro com a finalidade total da realização da equidade inter e intra geracional.

Uma definição pioneira gerada pela comissão, e que ainda está em uso, considera “desenvolvimento sustentável aquele que satisfaz as necessidades da geração presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades”. (*Nosso Futuro Comum*, 1987, p.64).

Essa definição contém dois conceitos-chave:

- o conceito de “necessidades”, sobretudo as necessidades essenciais dos pobres do mundo, que devem receber a máxima prioridade;
- a noção das limitações que o estágio da tecnologia e da organização social impõe ao meio ambiente, impedindo-o de atender às necessidades presentes e futuras.

Esses conceitos tornam a definição de sustentabilidade altamente

subjetiva e têm gerado vários debates em diversos campos acadêmicos, que vêm tentando adequar o conceito à sua própria área de conhecimento.

Apesar dos esforços que feitos, ainda não se alcançou um conceito de sustentabilidade com total concordância. A literatura mostra sérias controvérsias nessa área. Cepticismo na definição primária, seus objetivos, a coerência das estratégias e mesmo as razões pelas quais o conceito surgiu, variam a partir de cada área de conhecimento, visão política e mesmo pela sociedade civil. Entretanto, nenhuma instituição questiona a necessidade de se atingir o ideal da sustentabilidade, mesmo com a ambigüidade da definição.

A idéia se popularizou nas conferências do Rio de Janeiro, em 1992, a Rio 92, e de Johanesburgo, em 2002, a Rio + 10. Desde então, o debate sobre desenvolvimento sustentável está presente na sociedade civil, governos, empresas, organismos internacionais, ONGs, entre outros.

A partir da formulação deste conceito, outras idéias e abordagens afluíram, como as premissas fundamentadas por Sachs (1993) sobre as cinco dimensões da sustentabilidade (a social, a econômica, a ecológica, a espacial e a cultural), seja por sua relevância ou por demonstrarem uma série de critérios similares ou complementares aos já citados. Entre estas, existe aquela que deve ser responsabilidade do “mundo corporativo”, ou seja, das organizações produtivas. Já que são elas que geram a maior riqueza do mundo, é natural que assumam a responsabilidade por buscar a sustentabilidade global a partir de seus negócios.

A participação do empresariado nesse debate tem crescido significativamente. Os empresários mais conscientes estão comprovando, com ações e resultados, que investir em sustentabilidade representa um excelente negócio, além de ser uma prática eticamente correta. Porém, a visão empresarial não consegue alcançar o objetivo principal do desenvolvimento sustentável (satisfazer as necessidades atuais sem comprometer as gerações futuras), atuando apenas dentro do campo do “economicamente

viável, socialmente justo e ambientalmente correto”.

“A sustentabilidade corporativa deve incluir, entre seus objetivos, o cuidado com o meio ambiente, o bem-estar das partes interessadas e a constante melhoria da sua própria reputação” (Almeida, 2002, p.78). Ignorar essa realidade é condenar-se a ser expulso do jogo, mais cedo ou mais tarde. A transformação em prol da sustentabilidade diz respeito a ampliar o sucesso, o valor e a flexibilidade da empresa em longo prazo.

Para que as organizações sejam sustentáveis, é preciso que possuam um equilíbrio entre as três dimensões que balizam o conceito de sustentabilidade corporativa: a econômica, a ambiental e a social. Porém, estes princípios são muitas vezes vistos como conflitantes, frente à busca por resultados financeiros imediatos, aumento de fatias de mercado e competitividade. A globalização, ao longo de décadas, acelerou este processo, e conseqüentemente, a competitividade e as lógicas da gestão empresarial. Estas primeiramente estavam focadas nas próprias organizações e empresas, e, nos dias atuais, vêm se canalizando para as relações interempresariais, através das diversas cadeias produtivas que as formam. (Jappur, 2004, p.10).

“Desenvolvimento econômico e conservação ambiental não são objetivos excludentes. Respeitar os limites ambientais não é entrave para o desenvolvimento, mas ao contrário, só vamos nos desenvolver se respeitarmos esses limites”. (Bidone e Morales, 2004, p. 21).

Para que uma organização rume em direção à sustentabilidade, é preciso que utilize alguns princípios e métodos que as ajudem na condução desse objetivo. Neste sentido, são propostos e recomendados os seguintes métodos (Jappur, 2004, p.54):

- Responsabilidade Social Corporativa (RSC):
Segundo Holme e Watts, 2000 apud Jappur, 2004, p. 55, o WBSCD definiu a RSC como o “compromisso das empresas de contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando com os empregados, com as famílias, com a comunidade local e com a

sociedade em geral para melhorar a qualidade de vida”. Portanto, a RSC permeia os três pilares da sustentabilidade, englobando tanto a dimensão social como a econômica e a ambiental.

- Governança Corporativa:

Para Almeida (2002), os conceitos de governança corporativa variam em torno de um sistema pelo qual os acionistas de uma empresa governam seu negócio. Este conceito, um tanto vago, está construção. No entanto, ao longo dos anos, vem sendo incorporado pelas organizações, principalmente as grandes, devido à transparência nos resultados divulgados. Segundo o autor, os atributos da governança corporativa também se aplicam às relações da empresa com a sociedade e com o meio ambiente. Portanto, urge a necessidade de que este conceito evolua a todas as partes interessadas, e não apenas aos acionistas, como se presumia nas abordagens iniciais.

- Ecoeficiência:

Para que uma organização seja considerada sustentável, de acordo com Almeida (2002), deve-se buscar a Ecoeficiência em todas as suas ações e decisões, em todos os seus processos e produtos, incessante e permanentemente, ou seja, produzir mais e melhor com menos: mais produtos de melhor qualidade, com menos poluição e menos uso dos recursos naturais e com responsabilidade social.

A Ecoeficiência para DeSimone e Popoff (1997) e WBCSD (2003), pode ser alcançada mediante o fornecimento de bens e serviços a preços competitivos que satisfaçam as necessidades humanas e tragam qualidade de vida, ao tempo em que reduz progressivamente o impacto ambiental e o consumo de recursos ao longo do ciclo de vida, a um nível, no mínimo, equivalente à capacidade de sustentação estimada da Terra.

Para Almeida (2002), a Ecoeficiência é uma filosofia de gestão empresarial que incorpora as questões ambientais. A mesma encoraja as empresas de qualquer setor, porte e localização

geográfica a se tornarem mais competitivas, inovadoras e ambientalmente responsáveis.

Ter a Ecoeficiência como estratégia produtiva significa combinar desempenho econômico e desempenho ambiental para criar e promover valores com menor impacto ambiental. Os elementos de Ecoeficiência que devem ser inseridos nos processos produtivos são: agregação de valor aos bens e serviços; redução do consumo de materiais com bens e serviços; redução do consumo de energia com bens e serviços; redução da emissão de substâncias tóxicas; intensificação da reciclagem de matérias; maximização do uso sustentável de recursos renováveis; prolongamento da durabilidade dos produtos.

Esses sete elementos, segundo Lehni (2000), se relacionam com três amplos objetivos: agregar valor a produtos e serviços; reduzir o consumo de recursos; reduzir o impacto ambiental.

- **Análise do Ciclo de Vida (ACV):**

Quando uma empresa realiza um projeto ou produção de um produto, outras preocupações devem ser consideradas, além do custo de produção e do preço final do produto. A origem da matéria-prima e o destino final do produto, bem como todos e quaisquer impactos ambientais resultantes das atividades de produção, assumem importâncias consideráveis nos rumos do desenvolvimento sustentável. Para Lerípio e Jappur (2003) apud Jappur, 2004, p. 67, a ACV visa levar em consideração esses fatores.

A ACV é um processo de avaliação dos produtos ambientais associado a um sistema de produtos e serviços, que permitem identificar e avaliar os impactos dos produtos ao longo de seu ciclo de vida. Cada uma das fases é avaliada, sendo que a profundidade dependerá da finalidade do estudo.

- **Emissão Zero (ZERI):**

Organizações sustentáveis, para Grandel e Allenby (1995), devem

estar inseridas numa espécie de “ecologia industrial”, na qual os subprodutos de uma empresa, quando gerados, devem servir de recursos para outra, oportunizando melhorias ambientais, numa espécie de parceria. Em relação às parcerias, Schmidheiny (1992), coloca em sua obra “Mudando o Rumo”, que o caminho do futuro para a indústria passa pela parceria e pela integração, salientando que o avanço em direção ao desenvolvimento sustentável exigirá parcerias empresariais inovadoras que moldem o futuro em direção às formas sustentáveis de desenvolvimento. De acordo com a metodologia da Emissão Zero, a formação de parcerias empresariais é a base dos complexos industriais sistêmicos.

De acordo com Lerípio (2001), um dos princípios fundamentais que inspiraram o conceito de ZERI foi a intenção de imitar os ecossistemas naturais harmonizando as atividades econômicas com os ciclos biológicos, respeitar as leis da vida sobre o planeta, enquanto se busca o progresso material e bem-estar social, e proporcionar às atuais gerações o que necessitam, sem comprometer as chances de que as futuras gerações tenham o mesmo. Percebe-se, portanto, que os princípios da ZERI vão de encontro com o conceito de desenvolvimento sustentável.

- **Sistemas de Gestão Certificáveis (SGC):**
Muitas organizações estão aderindo às normas voluntárias internacionais de sistemas de gestão da qualidade, ambiental, de saúde e segurança ocupacional e de responsabilidade social, como meio de gerenciamento de suas atividades em relação a estas demandas. Estas normas servem de apoio para as organizações atingirem desempenhos mais sustentáveis de seus negócios, que de certa forma abrangem as dimensões econômicas, ambientais e sociais do tripé da sustentabilidade corporativa.

Esta adequação empresarial pode ser percebida através do número de certificações concedidas às organizações, como por exemplo, as associadas ao CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável). Muitas destas possuem mais de um tipo de sistema de gestão certificado. Sendo que algumas já o

integraram num único sistema de gerenciamento, que comumente se passou a chamar de sistema de gestão integrado (SGI).

As certificações de sistemas de gestão constituem um movimento organizacional recente, que ganhou velocidade a partir da década de 90, com a disseminação da série de normas ISO 9.000 e ISO 14.000.

Os sistemas de gestão, de acordo com a ISO (2003), possuem vários focos e abordagens. Estes, no entanto, não garantem defeitos zero, poluição zero, ou riscos zeros, mas sim, um meio pelo qual as organizações se articulam sistematicamente para dar resposta às demandas exigidas pelas partes interessadas. Portanto, a implementação de um sistema de gestão não garante o “estado da arte” em relação a uma determinada demanda, e sim um meio pelo qual as organizações podem se organizar para chegar lá. Para tal, elas devem melhorar continuamente seu sistema de gerenciamento e seus respectivos indicadores de desempenho.

- **Produção mais Limpa:**

As organizações que almejam a sustentabilidade podem utilizar, como método de “caça” ao desperdício de recursos naturais e financeiros, as técnicas de produção mais limpa. Esta abordagem pode ser considerada como uma das formas de se atingir a ecoeficiência. Segundo Furtado et al. (1998), a “Produção Mais Limpa” se originou da Produção Limpa. O conceito de Produção Mais Limpa (Cleaner Production) foi desenvolvido pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), em 1989, na qual adotou, com ponderação, alguns dos princípios da proposta feita pelo Greenpeace, chamada de “Produção Limpa” (Clean Production). Embora sejam diferentes em alguns aspectos, para Lerípio (2001), ambas defendem a prevenção da geração de resíduos na fonte, a exploração sustentável de fontes de matérias-primas, a economia de água e energia.

O conceito de Produção Mais Limpa, conforme Lerípio (2001, p.23), “significa aplicação contínua de estratégias ambientais aos

processos e produtos de uma indústria, com o intuito de reduzir riscos ao meio ambiente e ao ser humano”. Esta estratégia visa à prevenção da geração de resíduos, efluentes e emissões, e à minimização do consumo de matérias-primas e energia.

- Relatórios de Sustentabilidade Corporativa – Global Reporting Initiative (GRI):

A GRI foi criada em 1997 através de uma iniciativa conjunta entre a organização não governamental CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) e com o Programa Ambiental das Nações Unidas (United Nations Environment Programme - UNEP). A instituição está sediada em Amsterdã, na Holanda. Em 2002, tornou-se independente, e, atualmente, é colaboradora da UNEP, em cooperação com o Global Compact.

A GRI tem como visão e missão a ajuda no preparo, na comunicação e na obtenção de informações que auxiliem as organizações no desenvolvimento de relatórios de sustentabilidade corporativa. Busca, ainda, melhorar a qualidade, o rigor e a utilidade destes relatórios, harmonizando as informações econômicas, ambientais e sociais, através de um suporte ativo de engajamentos vindos de várias partes interessadas, que têm desenvolvido, ao longo dos anos, uma tentativa de padronizar globalmente os relatórios de sustentabilidade corporativa.

A GRI tem procurado encorajar a utilização de seu guia, Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade (Sustainability Reporting Guidelines), por todas as organizações no planeta. Em 2002, 135 companhias comprometidas com o conceito de sustentabilidade corporativa, adotaram o guia de diretrizes (Guidelines) da GRI. Já em setembro de 2007, este número aumentou para 878 organizações, distribuídas em 45 países. A utilização das diretrizes é de caráter voluntário, independentemente do porte e do tipo de organização.

Pelo que foi apresentado, pode-se afirmar que as organizações

já têm a disposição um referencial de princípios e métodos que possibilitam seu rumo em direção à sustentabilidade de seus negócios, tanto a médio quanto a longo prazo. Entretanto, tais iniciativas devem ser percebidas, entendidas e estendidas às outras organizações constituintes da cadeia produtiva de um negócio, para que este realmente esteja num caminho sustentável.

O importante é que as organizações sejam capazes de incluir, em seus negócios, uma nova concepção de desenvolvimento, que ultrapasse e reformule o conceito de sobrevivência: sobreviver preocupada com a própria sobrevivência e com a sobrevivência das futuras gerações. Exige-se nova atitude nas empresas que deve ser compartilhada em toda sua cadeia produtiva, cuja cobrança e fiscalização alcançam dimensões planetárias.

Por sustentabilidade corporativa compreende-se o compromisso empresarial com o desenvolvimento sustentável. De acordo com as diretrizes preconizadas pelo WBCSD (World Business Council for Sustainable Development), para que as organizações sejam sustentáveis, elas devem possuir um equilíbrio entre as três dimensões que balizam o conceito de sustentabilidade corporativa: a econômica, a ambiental e a social. Para que as organizações rumem em direção à sustentabilidade, é preciso que utilizem alguns princípios e métodos que as ajudem na condução deste objetivo.

A APLICAÇÃO DO CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE EM ORGANIZAÇÕES

Para analisar a aplicação, ou apropriação do conceito de sustentabilidade por organizações brasileiras (no sentido da operação e não da origem do capital) utilizamos alguns critérios que descrevemos a seguir:

- Tomamos como nosso universo a seleção das 10 empresas com maior resultado de vendas (receita bruta), apontadas pela Revista EXAME, 2007 Melhores & Maiores - As 500 maiores empresas do

país - edição agosto de 2007, na hipótese de que estão sujeitas a relações de mercado abrangentes e complexas, via-de-regra com atuação internacional, e a fortes pressões regulatórias e fiscais, além da grande visibilidade no mercado consumidor.

- Foram selecionadas, em ordem decrescente do indicador lucratividade: Petrobras, Petrobras Distribuidora, AMBEV, Ipiranga, Volkswagen, Telemar, Telefônica, Companhia Vale do Rio Doce, General Motors e Shell.
- Selecionamos arbitrariamente mais duas empresas, Banco Real e Natura, cujas imagens estão consolidadas como empresas comprometidas com a responsabilidade social no escopo do desenvolvimento sustentável.
- A partir da descrição da Visão, Missão e Valores/Crenças/Princípios dessas organizações, analisamos, à luz das definições expostas anteriormente, como estas empresas demonstram aplicar o conceito de sustentabilidade. A pesquisa foi realizada exclusivamente nos sites das empresas.

Das empresas selecionadas não obtivemos informações através dos sites da Telemar/ Oi e da Petróleo Ipiranga.

O “pano de fundo” da análise de evidências sobre sustentabilidade nos anúncios da visão, missão e princípios das organizações selecionadas, foi constituído pelos seguintes constructos conceituais:

- “... sustentabilidade corporativa deve incluir, entre seus objetivos, o cuidado com o meio ambiente, o bem estar das partes interessadas e a constante melhoria de sua reputação.” in Jappur (2004) apud Almeida, 2002.
- Diretrizes do WBCSD que preconizam a tríplice abordagem da sustentabilidade das corporações, quais sejam:

Dimensão econômica

impactos da organização sobre as condições econômicas

dos seus stakeholders e sobre os sistemas econômicos a níveis local, nacional e global.

Dimensão ambiental

impactos da organização sobre sistemas naturais vivos e não-vivos, incluindo ecossistemas, terra, ar e água. Compreende o desempenho relacionado a insumos (como material, energia, água) e a produção (emissões, efluentes, resíduos). Abarcam o desempenho relativo à biodiversidade, à conformidade ambiental e a outras informações relevantes, gastos com meio ambiente e impactos de produtos e serviços.

Dimensão social

impactos da organização nos sistemas sociais nos quais opera, desde as práticas trabalhistas, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto.

Identificamos alguns pontos em comum entre as empresas quanto à questão da sustentabilidade. O primeiro deles, decorrência natural da inserção econômica dessas instituições, é a evidência da sua “razão de ser”, ou razão econômica de existir que subsume as demais responsabilidades, destacando-as em sinergias de emulação econômica dos demais agentes sociais, com destaque para os efeitos e contribuições para a nação brasileira. São empresas idealizadas para gerar lucros e desenvolvimento nas áreas em que atuam. Explicitam com clareza a busca pelo aprimoramento de seus processos, da prestação de serviços, da oferta de melhores produtos, de modo a atender plenamente as expectativas de seu público consumidor. Estes posicionamentos avançam nitidamente para demonstrar comprometimento entre sua razão econômica de existir e de devolver à sociedade ganhos sob a forma de desenvolvimento dentro da concepção do crescimento sustentável.

É interessante observar que as duas empresas selecionadas – Banco Real e Natura – como “paradigma” pela imagem desfrutada, explicitam na Visão a expressão da integridade empresa/ sociedade que Almeida (2002) ratifica:

“Embora pareça natural que as organizações se responsabilizem pelos eventuais danos decorrentes de sua atividade causados ao meio ambiente, é importante destacar que para ser sustentável uma organização deve ir além das ações de mitigação e/ou anulação de impactos ambientais que já desenvolvem. Devem se preocupar também com a melhoria de sua imagem. (Almeida, 2004). Em outras palavras, fazer e divulgar o que faz.”

Observemos os fatos. Na visão do Banco Real como ilustrado abaixo, reconhecemos a intenção da empresa em se constituir como agente da evolução da sociedade, respondendo a anseios e exigências dessa própria sociedade, num sentido de “espiral de aprendizagem” mutuamente comprometidos:

De modo semelhante, observemos a expressão da Natura em sua Visão e como retoma esse “entrelaçamento” do existir, seja como empresa, como sociedade, e/ou como indivíduo.

Natura Visão de Mundo

A Natura, por seu comportamento empresarial, pela qualidade das relações que estabelece e por seus produtos e serviços, será uma marca de expressão mundial, identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro, com a natureza da qual fazem parte e com o todo.

Na manifestação de suas “crenças”, a Natura expressa poeticamente o sentido do crescimento sustentável como se observa abaixo:

Crenças

A vida é um encadeamento de relações.

Nada no universo existe por si só.

Tudo é interdependente. Acreditamos que a percepção da importância das relações é o fundamento da grande revolução

humana na valorização da paz,
da solidariedade e da vida em todas
as suas manifestações.

A busca permanente do aperfeiçoamento
é o que promove o desenvolvimento
dos indivíduos, das organizações e da sociedade.

Missão Companhia Vale do Rio Doce

A Companhia Vale do Rio Doce expressa seu compromisso com a sustentabilidade em sua Missão no sentido do reconhecimento de sua responsabilidade, deixando entrever esforço em direção à “mineração sustentável”.

“Transformar recursos minerais em riqueza e desenvolvimento sustentável” encabeça a sua Missão, desdobrada em compromissos nominados junto aos seus stakeholders, desde os acionistas até a nação brasileira.

As empresas do segmento da indústria do petróleo e afins Petrobras e BR Distribuidora informam em suas respectivas missões a atuação (formal) com “responsabilidade social e ambiental”.

Missão da Petrobras

Atuar de forma segura e rentável, com responsabilidade social e ambiental, nas atividades da indústria de óleo, gás e energia, nos mercados nacional e internacional, fornecendo produtos e serviços adequados às necessidades dos seus clientes e contribuindo para o desenvolvimento do Brasil e dos países onde atua.

Missão da BR Distribuidora

Distribuir, industrializar e comercializar derivados de petróleo e seus correlatos com competitividade, rentabilidade e responsabilidade social e ambiental.

Apesar de não encontrarmos informações sobre Missão e Visão da Shell, observamos preocupação em explicitar de forma bastante didática seu entendimento sobre sustentabilidade. Em profusas referências ao tema a empresa refere-se claramente ao desenvolvimento sustentável e assim o interpreta. Para a Shell, atuar de acordo com o conceito do Desenvolvimento Sustentável significa alcançar o crescimento econômico com responsabilidade social e minimizando os impactos ambientais. (Grifo nosso).

As empresas da indústria automobilística incluídas em nossa pesquisa são as mais explícitas em destacar a qualidade intrínseca aos seus produtos, não revelando abordagem sobre sustentabilidade em seus principais direcionadores estratégicos. Vamos encontrar tais referências em seus valores, com destaque para a General Motors, que os apresenta em separado do que denomina “Valores Intrínsecos”, em nossa interpretação, relacionados ao modo de operar os negócios. Os Valores Ambientais são apresentados como “código de conduta” reforçando a abordagem. São eles:

“... linhas mestras de conduta para todos aqueles que integram a General Motors no mundo inteiro, na execução de suas atividades profissionais diárias.

- Compromete-se com ações que visem a restaurar e preservar o meio ambiente.
- Compromete-se com a redução do desperdício e de poluentes, conservando recursos e reciclando materiais em todos os estágios do ciclo de vida do produto.
- Continuar a participar ativamente na educação da população em tudo aquilo que se refere à conservação do meio ambiente.
- Continuar a perseguir com vigor o desenvolvimento e implementação de tecnologias que minimizem a emissão de poluentes.

- Continuar a trabalhar com todas as entidades governamentais para o desenvolvimento de leis e regulamentos ambientalistas tecnicamente confiáveis e financeiramente viáveis.
- Continuar a avaliar o impacto de suas fábricas e produtos no meio ambiente e nas comunidades, nas quais vivem e trabalham os seus empregados, com o objetivo de contínuo aperfeiçoamento.”

Nota-se, entretanto, no material pesquisado, a inexistência de referências pela GM e Volkswagen ao entendimento de sustentabilidade corporativa tal como citado nesse texto. “Para que as organizações sejam sustentáveis, é necessário que possuam um equilíbrio entre as três dimensões que balizam o conceito de sustentabilidade corporativa: a econômica, a ambiental e a social.” E como preconizado nas Diretrizes do WBCSD e que inspiraram o GRI – Global Reporting Initiative (GRI), quais sejam: dimensão econômica – foco na rentabilidade; dimensão ambiental – responsabilidade ambiental; e dimensão social – responsabilidade social.

Isto conduz a outro ponto em comum entre as empresas pesquisadas: a preocupação em tornar públicas suas ações fora do escopo do negócio, conforme demonstraram as pesquisas realizadas nos sites.

A análise dos documentos disponíveis da AmBev evidencia referências muito bem estruturadas e descritas sobre a adoção de modelo de gestão ecoeficiente, indo até a divulgação de ações comprometidas com a ecoeficiência em todas as dimensões apresentadas e comprometidas com “produzir mais e melhor com menos: mais produtos de melhor qualidade, com menos poluição e menos uso dos recursos naturais e com responsabilidade social” tal como discutido na primeira parte desse artigo.

Dentre as empresas que evidenciaram a aplicação do conceito da tríplice expressão da sustentabilidade corporativa a AmBev, complementando a dimensão ambiental expressa na filosofia de gestão ecoeficiente acima, complementa:

A dimensão econômica

“Como empresa centenária, a AmBev trabalha no presente de olho no futuro e está focada em gerar valores econômicos, sociais e ambientais para toda a sociedade. A AmBev emprega aproximadamente 28 mil funcionários e contribui para a criação de inúmeros outros postos de trabalho. (...)”

“Como uma das dez maiores pagadoras de impostos do Brasil, entende que sua atuação deve ser ética e ir além das obrigações legais e do compromisso com a qualidade.”

Apesar do equívoco na redação da frase acima, que dá uma falsa impressão de se associar um comportamento ético ao pagamento de impostos, a empresa manifesta também seu poder (consciência) de influenciar o modelo de produção brasileiro.

A dimensão social

“A criação de valores sociais faz parte do dia-a-dia da AmBev. Além de cuidar de nossos funcionários e consumidores, desenvolvemos trabalhos para garantir um excelente relacionamento com as comunidades em que estamos presentes, com nossos clientes, ONGs e outras organizações.”

Outros bons exemplos de evidência do conceito de responsabilidade social corporativa, preconizado pelo WBSCD - “compromisso das empresas de contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando com os empregados, com as famílias, com a comunidade local e com a sociedade em geral para melhorar a qualidade de vida” – aparecem nos sites institucionais das seguintes empresas pesquisadas: Natura, Banco Real, Vale do Rio Doce, Shell e Telefônica.

Enquanto a Companhia Vale do Rio Doce se compromete em sua Missão com cada um de seus stakeholders, a Telefônica vai expressar tais comprometimentos em seus valores declarados. Em ambos os

casos, demonstram forte interesse pelo estabelecimento de relações de confiança, como se observa abaixo:

CIA. VALE DO RIO DOCE	TELEFÔNICA
Transformar recursos minerais em riqueza e desenvolvimento sustentável	Empregados Clareza e desenvolvimento profissional
...Para seus acionistas, pela forma de retorno total superior à média de mercado dos segmentos onde a Cia. atua,	Fornecedores Igualdade de oportunidades e benefício mútuo
...Para seus clientes, pela contínua proposta superior de confiabilidade de suprimento e de valor de uso, sustentado por inovação e desenvolvimento constantes,	Meio Ambiente Respeito e proteção
...Para seus empregados, proporcionar um ambiente de trabalho ético, transparente, desafiador, de oportunidades e que traga orgulho profissional para todos, com remuneração competitiva baseada na meritocracia,	Sociedade Contribuição e proximidade
...Para seus fornecedores, pela sua visão de longo prazo e disposição de promover parcerias que visem ganhos para ambas as partes, através do desenvolvimento e inovação contínuos e fornecimento de bens e serviços de qualidade com custo compatível,	Meios de Comunicação Informação e transparência

...Para as comunidades e países onde atua, pela ética, pelo respeito ao Meio-Ambiente e pela responsabilidade social com que age, integrando-se, garantindo que sua presença contribua positivamente para o Desenvolvimento Sustentável, e	Acionistas e Investidores Rentabilidade e transparência
...Para o Brasil pela contribuição à economia, à geração de empregos e renda, à melhoria da qualidade de vida da população e ao desenvolvimento regional e nacional.	Clientes Qualidade e Cumprimento

A Natura, utilizando linguagem distinta da tradicionalmente usada pelas outras empresas pesquisadas, apresenta a sua dimensão econômica (“marca de expressão mundial”); social (“identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor”); e ambiental (“melhor relação com a natureza da qual fazem parte”) e ensina:

NATURA

A empresa, organismo vivo, é um dinâmico conjunto de relações. Seu valor e longevidade estão ligados à sua capacidade de contribuir para a evolução da sociedade e seu desenvolvimento sustentável.

A guisa de conclusão

Se é que se faz necessário concluir, já que os conceitos e fatos descritos expressam a reflexão que queríamos trazer ao leitor, pudemos construir algumas conclusões sobre a temática.

Primeiro: são inegáveis as evidências sobre a preocupação das empresas em explicitar compromissos com o desenvolvimento sustentável.

Segundo: percebe-se o alinhamento entre as organizações e o que vem sendo definido nas políticas mundiais sobre a sustentabilidade. Requerimentos comuns e enfoques são observados de forma muito homogênea nas empresas pesquisadas.

Terceiro: o fato de termos observado empresas com destaque em vendas (as 10 maiores dentre as 500 maiores no Brasil) não nos permite generalizar a observação para as demais empresas, dentre elas as médias e pequenas empresas, por exemplo. Pesquisas mais aprofundadas e extensas serão muito bem-vindas.

Quarto: não se evidencia abordagens românticas ou salvacionistas sobre o tema. O que se preconiza no geral é a co-responsabilidade entre todos: sujeitos ou agentes, diretos ou indiretos, do desenvolvimento sustentável.

Quinto: a abordagem desse estudo não nos permite de modo algum discriminar da face mais institucional o quantum de prática em prol do tema ocorre. Optamos por evidenciar o alinhamento entre as mensagens publicadas e a literatura e normalização disponíveis. Pudemos constatar que essa representação existe, delimitando o “senso comum” sobre essa temática.

Por último: parece existir um consolidado do entendimento sobre desenvolvimento sustentável, que mesmo sendo incorporado ao discurso, não garante os resultados que a filosofia da sustentabilidade pretende traduzir. Entretanto, longe de ser um castelo de sonhos, percebe-se como destacado por uma das empresas pesquisadas, que quem garante o rigor da aplicação de tais princípios – o cidadão – precisa necessariamente estar de braços dados com as instituições, sejam elas de qual natureza forem, para fazer o contraponto dessa penosa e difícil inspiração! Somente o desenvolvimento da consciência de cidadania poderá dar a força necessária para fazer evoluir a aplicação do ideal da sustentabilidade.

E isso começa com educação.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. O bom negócio da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BIDONE, E.D., MORALES, P.R.D., Desenvolvimento Sustentável e Engenharia (Enfoque Operacional). Rio de Janeiro, Fundação Ricardo Franco, 2004, 247p.

CMMAD – COMISSÃO MUNDIAL SOBRE AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. Nosso futuro comum. Rio de Janeiro: FGV, 1988.

DALE, P. – Capítulo 1 Definindo ecoturismo...Para quê? Para quem? In: ZYSMAN N. Rita MENDONÇA R. Ecoturismo no Brasil. Editora Mande. São Paulo, 2005.

DESIMONE, I. D.; POPOFF, F. Eco-efficiency: the business link to sustainable development. Londres, Cambrige: Massachusetts Institute of Technology (MIT), 1997.

FURTADO, J. S. et al. Prevenção de resíduos na fonte & economia de água e energia: manual de avaliação na fábrica de produção limpa. Departamento de Engenharia de Produção & Fundação Vanzolini. Escola Politécnica – Universidade de São Paulo. São Paulo, 1998.

GRANDEL, J. E.; ALLENBY, B. R. Industrial ecology. New Jersey : Prentice Hall, 1995.

JAPPUR; R.F. A sustentabilidade corporativa frente às diversas formações de cadeias produtivas segundo a percepção de especialistas. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, 2004, 161p.

LEHNI, M. Eco-efficiency: Creating More Value with Less Impact. Genebra: World Business Council for Sustainable Development – WBCSD, 2000.

LERIPIO, A. A. GAIA - Um método de gerenciamento de aspectos e impactos ambientais. 2001. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

SACHS, I. Estratégias de transição para o século XXI. São Paulo: Nóbél, 1993.

SCHMIDHEINY, S. Mudando o rumo – uma perspectiva empresarial global sobre desenvolvimento e meio ambiente. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1992.

WBCSD - WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. What is eco-efficiency. Disponível em: <<http://www.wbcsd.ch>>.

<http://www.ambev.com.br>, 28/08/07, 13h30

<http://www.bancoreal.com.br>, 28/08/07, 11h

<http://www.br.com.br>, 28/08/07, 13h

<http://www.chevrolet.com.br/sobregm>, 28/08/07, 17h

<http://www.cvrld.com.br>, 28/08/07, 12h

<http://www.globalreporting.org>, 20/08/07, 10h

<http://www.ipiranga.com.br>, 28/08/07, 11h30

<http://www.natura.com.br>, 28/08/07, 9h30

<http://www.petrobras.com.br>, 28/08/07, 14h15

<http://www.shell.com/home/content/br-pt>, 28/08/07, 16h

<http://www.telemar.com.br>, 28/08/07, 10h

<http://www.telefonica.com.br>, 28/08/07, 15h



Rua Leonice, Qd. 160, Lt. 12, Parque Estrela Dalva II, Luziânia-GO.