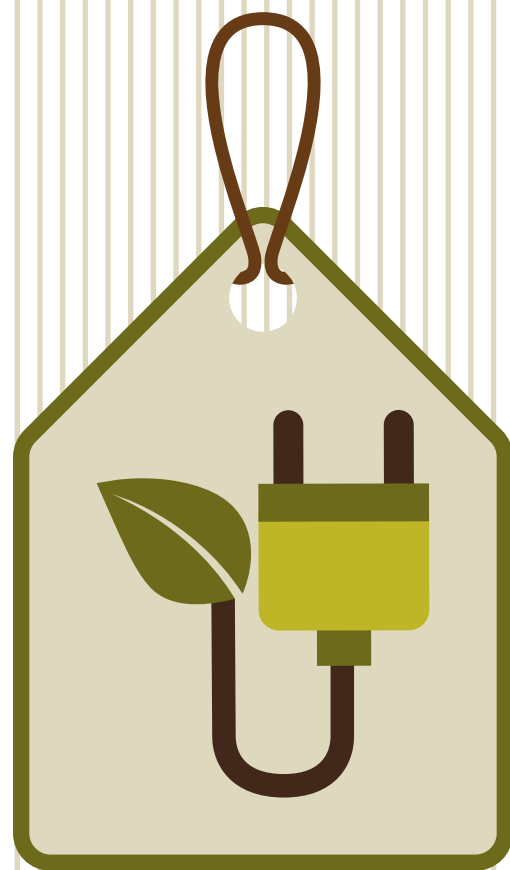




SUSTENTABILIDADE

POR FILIPE LOPES



Identidade SUSTENTÁVEL

Ainda tabu em muitas
micros e pequenas empresas,
sustentabilidade pode ser
importante diferencial
de mercado para vencer
crises, conquistar clientes e
diminuir gastos

Muito se fala sobre sustentabilidade pelo mundo – seja em encontros entre presidentes de diversas nações, que discutem ações para diminuir os impactos ambientais e energéticos, seja em campanhas locais sobre reciclagem de lixo e usos conscientes de água e luz. Contudo, sustentabilidade empresarial vai além da preservação ambiental e pode ser estratégica para uma companhia crescer e se desenvolver no mercado, oferecendo uma identidade e atraindo pessoas que compartilhem das mesmas intenções.

Segundo o mais atual boletim do SEBRAE, “Estudos e Pesquisas”, de 2013, existem no Brasil aproxima-

mente 12 milhões de micros e pequenas empresas (MPEs), que empregam 15,6 milhões de trabalhadores. A taxa de sobrevivência desses empreendimentos com até dois anos passou de 73,6% para 75,6%. Apesar da melhora, o setor ainda enfrenta muitas baixas, ou seja, aproximadamente 25% das empresas não conseguem ser autossustentáveis. Para o sócio-diretor da iSetor e presidente do Conselho Deliberativo da Associação Brasileira dos Profissionais de Sustentabilidade (Abraps), Marcus Nakagawa, o primeiro passo para tornar a empresa mais sustentável é controlar as finanças e investir na qualificação da mão de obra. “Sustentabilidade é cor-



tar gastos e desperdícios, tornando a empresa mais produtiva. Para isso, as primeiras medidas são cuidar da parte tributária e analisar profundamente o negócio, para checar quais materiais estão indo para o lixo, que poderiam ser reaproveitados”, afirma. Ainda de acordo com Nakagawa, alterar processos internos e estruturais é o próximo passo para tornar o DNA da empresa sustentável.

1º obstáculo: conhecimento

Ainda há quem afirme que sustentabilidade é assunto para grandes empresas, que têm capacidade de investir em políticas complexas que ditam diretrizes para funcionários, acionistas, vendedores e consumidores. Entretanto, a filosofia sustentável pode ser adquirida por companhias de qualquer porte e fazer a diferença no mercado. Segundo o SEBRAE, que entrevistou 3.912 empresários em 2014, 65% pensam em sustentabilidade nas MPes, mas somente 12% deles declaram entender muito sobre o assunto e 25% afirmam entender pouco. Segundo Nakagawa, as MPes têm totais condições de estabelecer práticas sustentáveis, assim como fazem as grandes. “As pequenas têm a vantagem da maleabilidade para mudar rapidamente os rumos do negócio, que não é possível pela burocracia das grandes”, afirma. Ainda segundo Nakagawa, os principais desafios que a sustentabilidade enfrenta no País são as questões legais, “pois não estimulam produtos que agredam menos o meio ambiente, com isenção de impostos, além da pouca existência de escolas de empreendedorismo, que tratam a sustentabilidade como cultura e não apenas como fator financeiro”.

Identidade sustentável

Fabricando cultura

Para muitos negócios, sustentabilidade não é questão de escolha, mas uma obrigação legal. A oficina de mecânica Torigoe, com sede no Tatuapé, zona leste de São Paulo, sempre teve preocupação com o descarte correto de resíduos, porém, uma desavença com um vizinho provocou uma série de fiscalizações no estabelecimento, que culminaram na mudança de endereço, depois de mais de 15 anos no mesmo bairro. Como o novo aluguel, a oficina precisava inovar para dar conta das despesas, que em apenas seis meses foram responsáveis pela dimi-

nuição de 60% do faturamento. Foi aí que a sócia-proprietária da empresa, Vanessa Martins, resolveu reformar um imóvel que possuía para criar um novo galpão. Nesse local, apesar das dificuldades financeiras, Vanessa fez questão de construir um edifício 100% sustentável. “O novo galpão foi feito do zero, então, aproveitamos a oportunidade para investir em medidas permanentes que dariam uma nova cara ao negócio”, afirma. A nova sede conta com pé-direito alto, claraboia e telhas translúcidas, garantindo a redução de 70% no uso de energia, além de cisterna com capacidade para 5 mil

litros de água de chuva e troca de óleo inteligente, com máquinas que fazem a sucção do líquido e, por meio de canaletas, deposita o componente em uma caixa separadora, na qual filtra as impurezas e facilita a reciclagem.

A mudança foi tamanha que até o logotipo da empresa mudou e ganhou as cores verde e branco, que representam o meio ambiente e a nova fase da mecânica. “Sustentabilidade não é apenas investir em ações que respeitem o meio ambiente. O maior desafio é torná-la a cultura da empresa, e, para isso, temos de incorporar essa filosofia para que as práticas não sejam deixadas de lado no futuro”, afirma Vanessa. Além das medidas estruturais, a mecânica também investiu em sustentabilidade no ambiente de trabalho e em ações sociais. Todo o mobiliário da oficina foi desenhado por um ecodesigner, que utilizou pneu reciclado para fabricar sofás e poltronas. O uniforme dos funcionários também não ficou de fora do “banho sustentável” pelo qual a empresa passou, e ganharam camisetinhas feitas de fios de garrafas PET e cintos confeccionados de materiais de correias dentadas. “Também realizamos ações sociais para melhorar o bairro e reforçar o compromisso da nossa marca com o meio ambiente”, aponta a proprietária da Torigoe.

Com nova roupagem, a oficina ganhou mais clientes e já não contabiliza prejuízos. Mesmo com o atual cenário de crise econômica e as incertezas, a empresa soma aumento de 10% no faturamento mensal. “O cliente observa nossas atitudes de respeito às pessoas e ao meio ambiente, o que gera uma relação de confiança entre as partes”, afirma Vanessa. Agora, com o novo di-

“As pequenas empresas têm a vantagem da maleabilidade para mudar rapidamente os rumos do negócio, que não é possível pela burocracia das grandes”

Marcus Nakagawa

sócio-diretor da iSetor e presidente do Conselho Deliberativo da Associação Brasileira dos Profissionais de Sustentabilidade (Abraps)



Foto: Rubens Chiri

Inscrições abertas

Para promover as ideias sustentáveis de 11 categorias diferentes, o Conselho de Sustentabilidade da FecomercioSP promove anualmente, em parceria com a Fundação Dom Cabral, o Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade. As inscrições para a quinta edição do prêmio – que ocorre em novembro – estão abertas até 10 de agosto, e os interessados podem enviar seus projetos para o site: <http://sustentabilidade.fecomercio.com.br>. Ao todo, 276 projetos de 91 municípios de 21 Estados foram inscritos na edição do ano passado, e 11 foram premiados. Para a edição deste ano, a expectativa é que ainda mais projetos sejam inscritos e que novas soluções para a sustentabilidade ganhem destaque. “Prêmio é sempre bom, mas, particularmente, prêmio na área ambiental ressalta que a iniciativa está dando certo e motiva todos a se engajarem”, afirma o presidente do Conselho de Sustentabilidade da FecomercioSP, José Goldemberg. As 11 categorias que serão premiadas durante o evento são: Microempresa, Pequena e Média Empresa, Grande Empresa, Indústria, Entidade, Órgão Público, Academia (Professor e Aluno) e Reportagem jornalística (Impresso, Rádio e TV e Online).

ferencial de mercado, a mecânica figura entre as principais empresas relacionadas à sustentabilidade, ocupando o topo da lista de companhias procuradas em sites de buscas na internet.

Excelência em sustentabilidade

Para ajudar os empreendedores, o Centro de Sustentabilidade do SEBRAE mantém em seu portal dicas e ações sustentáveis que estão ao alcance de todos. Segundo a entidade, independentemente do tamanho, o empresário pode fazer a captação e o aproveitamento das águas de chuva e de reúso em geral para a manutenção de

ambientes que não necessitem do uso de água potável; diminuir a geração de resíduos, desenvolvendo o hábito de perguntar a seu cliente se deseja sacolas plásticas ou retornáveis; substituir lâmpadas incandescentes por lâmpadas econômicas fluorescentes, pois a economia no consumo chega a ser de 60% e pode evitar a emissão média de 136 quilos de gás carbônico por ano; manter o equilíbrio no nível e nas temperaturas da água e da atmosfera, garantindo a sobrevivência das espécies; e observar se os investimentos causam impacto, pois muitas instituições financeiras verificam tais abalos para conceder crédito. &