O valor da sustenta

Empurradas por fornecedores, clientes e bancos, as pequenas e médias empresas que querem continuar vivas nos próximos anos colocam preocupações como aquecimento global e transparência na gestão na essência de suas estratégias

Vinicius Romanini

bilidade

Antonio Gandra
Ecofit

Patrícia Totaro
Arquitetura de Resultados

As janelas de vidro previstas no projeto arquitetônico da academia de ginástica paulista iluminam o ambiente com luz solar e aproveitam a ventilação natural. Idéias como essa fizeram com que o custo operacional fosse 4% menor do que numa academia convencional

LIA LUBAMBO

a recepção iluminada por amplas janelas de vidro, casais se espalham em sofás de madeira com ai-mofadas de algDuâO Cm« No restaurante, vasos revestidos de folha de bananeira abrigam espécimes da flora brasileira. Enormes bolas de fibra natural trançada descem do teto ao lado de paredes feitas de resíduos de pedreiras. Parece um hotel ecológico da Amazônia ou do Pantanal, mas é, na verdade, a Ecofit, uma academia de ginástica localizada numa das áreas mais urbanizadas de São Paulo.

Inaugurada em 2005 pelos irmãos Antônio e Eduardo Gandra, de 39 e 41 anos, a Ecofit obedece a critérios ambientais na arquitetura e no funcionamento. Além de aproveitar a luz solar, as janelas têm um sistema de ventilação natural. Boa parte dos materiais, como a madeira dos móveis e pisos, tem certificação de procedência. Um tanque recolhe água da chuva e dos banhos para aproveitá-la na descarga dos banheiros. "É um modelo de negócios diferente de tudo que existia no setor", afirma Antônio Gandra. A proposta de fazer exercícios num lugar arejado e iluminado agradou. Em pouco mais de um ano, mais de 2 000 alunos se matricularam, o que gerou um faturamento de 4,8 milhões de reais. Para 2007 a meta é 6 milhões de reais — o que pode ser considerado muito bom num setor com marcas fortes, como Competition e Companhia Athletica.

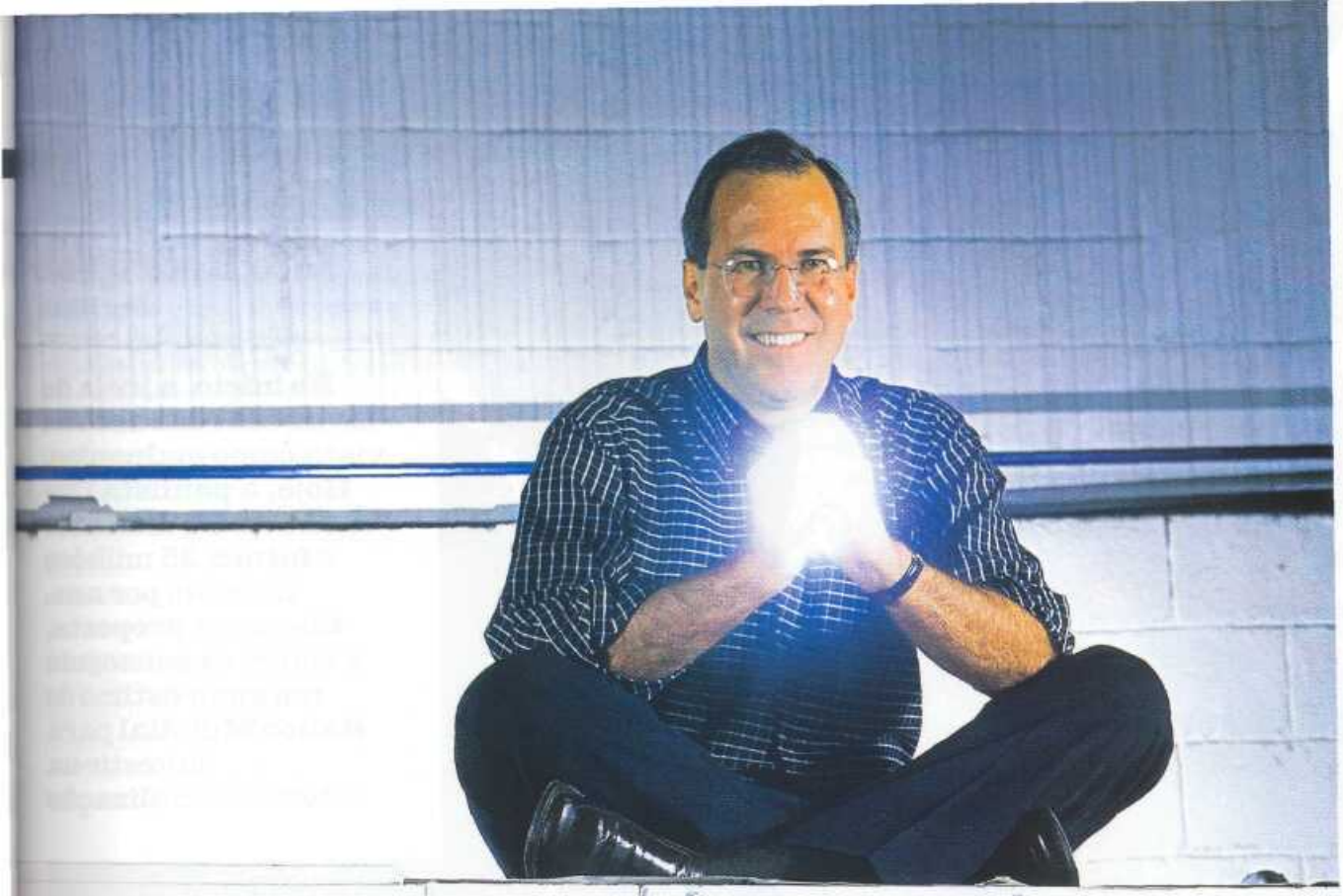
Os irmãos estão prestes a obter um empréstimo de 10 milhões de reais para construir uma filial. Eles foram bater na porta de bancos como Real, Unibanco e Safra, que têm políticas de crédito específicas para pequenas e médias empresas com boas práticas socioambientais. Com o projeto e os resultados obtidos até agora, é possível conseguir uma redução nas taxas normalmente cobradas no mercado ou ter acesso a linhas especiais do BNDES e do Banco Mundial.

As chances de a Ecofit conseguir alguma vantagem são consideradas boas. Antes de conceder empréstimo a uma empresa nova, os bancos examinam a operação em busca de sinais que indiquem a capacidade de honrar compromissos no futuro. Por trás da aparência de pousada do interior da Ecofit está uma operação engenhosa. A iluminação dos janelões, por exemplo, representa 15% menos na conta de luz. Juntando todas as economias previstas no projeto, o custo operacional fixo é 4% menor do que numa academia convencional. Com gastos sob controle, a Ecofit consegue cobrar mensalidades até 30% abaixo da média do setor, o que a torna mais competitiva.

A Ecofit é um exemplo de uma tendência que vem se afirmando com força entre as pequenas e médias empresas que pretendem estar vivas nas próximas décadas — a de que seus negócios precisam incorporar o conceito de sustentabilidade.

Sustentabilidade — o que essa palavra realmente significa?

"Sustentabilidade se refere à perenidade de um negócio", diz Roberto Gonzalez, diretor da The Media Group, consultoria especializada nesse conceito. Perenidade, hoje em dia, depende de uma porção de fatores que vão muito além de lucro. É preciso ter lucro, sim — mas sem prejudicar o que está ao redor. Produtos que dependem de fontes de energia não renováveis, como petróleo, estão em perigo. Fabricantes de alimentos que contribuem para a obesidade estão vendo suas receitas encolherem. Empresas com demonstrações contábeis herméticas são repelidas pelos bancos. O relacionamento com forne-



G139

GERADOR ELÉTRICO SILENCIADO

Wilson Poit

Poit Energia

A empresa de locação de geradores elétricos assumiu a responsabilidade de não causar transtornos ambientais, como derramar óleo provocar poluição sonora. Com isso, os clientes deixaram de ser alvo fácil de multase a Poit cresceu

RAUL JUNIOR

Lito Rodriguez

Dry Wash

No início, a idéia de lavar carrosa seco foi vista como maluquice. Hoje, a paulista Dry Wash tem 80 unidades e fatura 25 milhões de reais por ano. Com essa proposta, a empresa conseguiu um empréstimo do Banco Mundial para investir na internacionalização

cedores, a atenção aos funcionários — tudo está em discussão.

É difícil precisar em que momento a sobrevivência dos negócios, tendo o meio ambiente e a responsabilidade social como pano de fundo, ganhou o senso de urgência de agora. Um marco está na descoberta de que os efeitos do aquecimento global podem ser mais drásticos do que os cientistas acreditavam e de que o homem está acelerando o fenômeno. O planeta esquenta, com conseqüências nos negócios das pequenas e médias empresas, que se vêem diante de novas regulamentações e novos critérios para financiamentos.

O calor da discussão parece ter atingido a temperatura máxima num momento que a competição deixou de ser entre empresas isoladas para dar-se entre cadeias produtivas. A nova ordem tem impacto direto nas pequenas e médias empresas. "Hoje, a expansão depende muito da inserção delas nessas cadeias como clientes ou fornecedoras de grandes empresas", diz o pesquisador Reinaldo Dias, autor do livro *Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade.*

Acontece que a Sustentabilidade das grandes empresas também está sendo questionada. Seus acionistas querem saber se elas correm o risco de se desvalorizar, acuadas por passivos ambientais ou porque suas marcas podem ser acusadas de conivência com comportamentos duvidosos de fornecedores. "O risco de não adotar práticas sustentáveis está ficando maior do que o custo de adotá-las", diz Christopher Wells, superintendente de risco socioambiental do banco Real.

O engenheiro paulista Wilson Poit, de 48 anos, dono da Poit Energia, especializada em locação de geradores para empresas e eventos, percebeu isso anos atrás. Ele enxergou uma oportunidade ao oferecer num só pacote o que antes era adquirido de fornecedores dispersos — um para o gerador num evento, outro para os cabos etc. Ao juntar tudo, Poit viu um problema: a tremenda poluição que esses eventos costumam provocar. Boa parte deles é um inferno ambiental. Os geradores são imundos, derramam óleo no local e o ruído dos motores é ensurdecedor. "Muitas empresas que patrocinaram eventos pagavam multas por barulho ou sujeira", diz Poit. "Desde o começo entendi que o crescimento da empresa dependeria de uma forte preocupação ambiental."

Os geradores da Poit ficam dentro de um contêiner à prova de som e os funcionários seguem procedimentos rígidos para dar um destino correto ao lixo produzido nesses eventos. Mesmo com preços 10% maiores que os da concorrência, a Poit conseguiu grandes clientes, como Rede Globo, Petrobras e Pfizer. "Preferimos pagar mais por um serviço completo", afirma Gercino Moraes, responsável pelo departamento de engenharia e manutenção do laboratório farmacêutico Pfizer. "Não, queremos problemas com meio ambiente nem com poluição sonora."

O modelo de negócios da Poit vem, até agora, mostrando-se sustentável, com taxas de expansão de 30% ao ano. Em 2007, o faturamento deve atingir 30 milhões de reais. Nos últimos tempos, Poit foi procurado por fundos de investimento e outras empresas interessadas em parceria> "Penso em abrir o capital até 2010", diz. "E tenho certeza de que os investidores vão dar preferência a negócios sustentáveis."

Empresas jovens, como a Ecofit e a Poit, nasceram com a Sustentabilidade incorporada ao DNA. Mas e as outras? Por onde começar a se ajustar? Para Marco Fujihara, do Instituto Totum, consultoria especializada em Sustentabilidade empresarial, a tarefa começa com um combate às ineficiências. É possível reduzir o consumo de energia e água? É possível substituir matérias-primas não renováveis por outras renováveis? Há alguma etapa do processo de produção que traz risco de saúde a clientes ou funcionários? Quais são os riscos de não monitorar a relação da empresa com o mundo externo? "Questões como essas fazem o empreendedor enxergar formas novas de reorganizar o negócio", diz Fujihara.

DRAWLIO JOCA

Alexandre Salles

Moinho Santa Lúcia

A substituição da gordura trans pelo óleo de palma na receita dos biscoitos chamou a atenção de consumidores mais bem informados e de alta renda. No primeiro ano após a mudança, o faturamento da empresa cearense aumentou 20%

Responder a uma pergunta freqüentemente leva a conclusões inesperadas. Foi assim com o paulista Lito Rodriguez, de 39 anos, que inovou ao criar a Dry Wash, rede que lava carros a seco. Em 1994, ele identificou uma oportunidade. "Imaginei um serviço de conveniência em que o carro seria limpo enquanto o cliente fazia outra coisa", diz Rodriguez. No início, seus lava-rápidos usavam água, mas isso logo se revelou um entrave. "É preciso uma área ampla e encanamento próprio, onde dê para acomodar os grandes equipamentos que o uso de água requer." Onde encontrar grandes áreas em pontos movimentados de São Paulo a preços razoáveis? A solução foi eliminar a água do processo.

Com uma batedeira emprestada da sogra, um liqüidificador e um aparelho de triturar legumes, ele testou dezenas de misturas de substâncias em busca de uma fórmula para lavar os carros a seco. Também bateu na porta de empresas químicas, institutos de pesquisa e universidades. Algumas vezes foi recebido como maluco. "Um professor da USP me disse que era mais fácil eu montar uma padaria na lua do que lavar carro sem água", diz Rodriguez.

Depois de experimentos frustrados em carros de amigos, o produto ficou pronto. A iniciativa deu origem a uma linha de 40 itens, como polidor e limpador de vidro e de tecido, cuja venda anual atinge cerca de 25 milhões de reais. A rede de lava-jatos cresceu na mesma proporção. Existem 80 unidades com a bandeira Dry Wash pelo país, além de outras 400 operações que usam o produto. A operação própria e as licenciadas devem faturar 27 milhões de reais em 2007.

O modelo de negócios que não depende de água — recurso que pode ficar escasso e caro num futuro não tão distante — ajudou a Dry Wash a obter um empréstimo do Banco Mundial no ano passado, com prazo de sete anos, dois de carência e taxa de juro anual de 8%. "O custo dobraria num financiamento tradicional", diz Rodriguez. O dinheiro está sendo aplicado em sistemas de ventilação nas lojas e na instalação de luminárias que consomem 70% menos energia. Os ajustes são parte de uma estratégia que prevê franquias no exterior, exportação e abertura de capital.

Quando isso acontecer, é possível que o mercado veja com simpatia a proposta de uma empresa que não joga água fora. As maiores bolsas do mundo, como a de Nova York e a de Londres, já adotam índices que consideram o uso de recursos naturais para medir o grau de sustentabilidade das empresas com papéis comercializados em seus mercados. "As que têm boas práticas ambientais tendem a representar mais valor para os acionistas", diz Altair Assumpção, superintendente para middle market do banco Real.

Os pilares do crescimento sustentável

A perenidade de uma pequena ou média empresa depende de uma estratégia de expansão

	O que está em questão	Cadeias produtiv mais vulnerávei
1 Econômico-financeiro	O crescimento deve vir de produtos e serviços apoiados em modelos de negócios capazes de desenvolver-se no médio e longo prazo. Em vez de receitas pontuais, é melhor dar lugar a fluxos de receitas recorrentes, e lucros imediatos não devem ser obtidos à custa de rentabilidades futuras. A busca de novos clientes não deve prejudicar a manutenção dos consumidores já conquistados	Comércio varejista, financeiras, prestação de serviços, telefonia
2 Socioambiental	Produtos ou processos que causem danos ao meio ambiente ou esgotem os recursos naturais estão na berlinda. Empresas inseridas em cadeias produtivas que utilizam mão-de-obra infantil ou que alimentam preconceitos sociais têm pouquíssima chance de ser aceitas no exterior. Preservar a diversidade cultural das comunidades (ou dos locais) onde a empresa está inserida é um requisito cada vez mais observado	Agronegócio, automobilística, madeireiras, mineração química, turismo
3 Saúde e bem-estar	Cresce o número de investidores que rejeitam empresas de produtos ou serviços nocivos à saúde. Como a ciência sempre pode revelar que algo que se pensava inócuo é, na verdade, perigoso, é preciso monitorar esse risco. Alimentos com ingredientes sob suspeita de agravar problemas de saúde pública, como obesidade, doenças circulatórias e diabetes, podem ser reprovados pelo mercado	Álcool, alimentação, beleza, higiene e limpeza, medicament tabaco
4 Governança na gestão	Sistemas decisórios baseados mais em processos do que na intuição do dono são cada vez mais valorizados por investidores e credores. Conselhos administrativos estão sendo adotados por um número cada vez maior de pequenas e médias empresas. As informações sobre o negócio devem ser claras, objetivas e organizadas em balanços auditados de forma independente	Todas

Fonte: consultores

DIVULGAÇÃO

Sanduíche: a preocupação com a saúde causou a queda das receitas em empresas de alimentos muito calóricos

Para provar que seus riscos ambientais são controlados, essas empresas exibem certificados de que seus processos foram formatados para evitar acidentes ecológicos e de que suas práticas são socialmente aceitáveis. O Brasil já faz parte dos mercados que medem a sustentabilidade das companhias abertas. A Bovespa possui um questionário para essa aferição. As 40 empresas com as práticas mais avançadas formarão um ranking. "As pequenas e médias empresas que pretendem abrir o capital devem se preparar para essas exigências", diz João Batista Fraga, superintendente de relações com empresas da Bovespa.

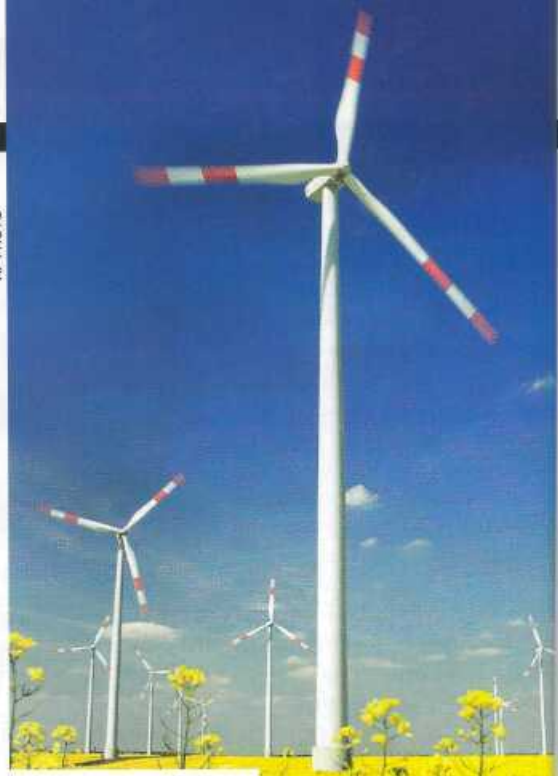
Agir hoje com o pensamento no amanhã é, no fundo, a essência do empreendedorismo — quem for capaz de enxergar antes o que será relevante está no caminho de ter negócios sustentáveis. Nesse grupo está Alexandre Salles, de 38 anos, dono do Moinho Santa Lúcia, empresa cearense de biscoitos e macarrão que deve faturar 60 milhões de reais em 2007. Como quase todas as companhias de seu setor, o Santa Lúcia utilizava gordura trans. Ao contrário de muitos concorrentes, Salles não ficou indiferente às descobertas de que esse tipo de gordura faz mal, nem está esperando alguma lei regular seu uso. Ele se antecipou — e já substituiu a gordura trans por óleo de palma em 95% dos produtos.

Ao fazer isso, surgiu uma brecha para o Moinho Santa Lúcia avançar num mercado ocupado por marcas poderosas, mas que não haviam mudado suas fórmulas. "O público mais informado e de maior renda começou a comprar nosso biscoito", diz Salles. Em um ano, o faturamento do Moinho Santa Lúcia aumentou 20%. A empresa pretende exportar seus produtos para o mercado americano a partir de 2008 e já obteve a aprovação da Food and Drug Administration (FDA), agência reguladora que controla os produtos alimentícios nos Estados Unidos.

que atenda simultaneamente a diferentes aspectos. Veja quais são os principais

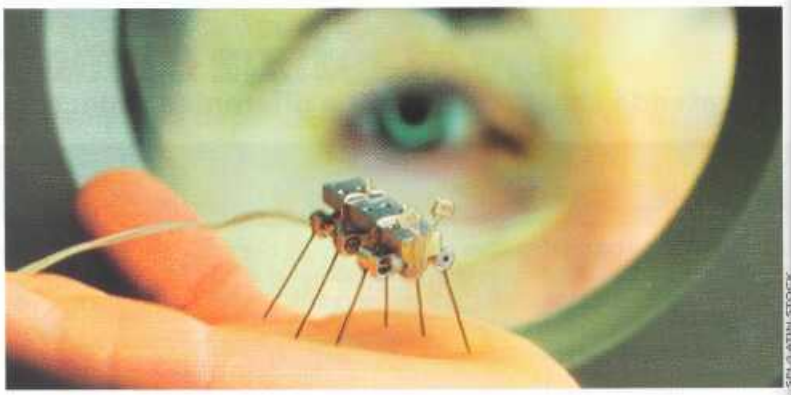
O que pode ser feito	O que deve ser banido
Ter um marketing com programas de fidelização de clientes, estabelecer relações duradouras com fornecedores que permitam trabalhar com estoques mínimos, alongar os prazos para o pagamento de dívidas e encurtar os prazos de recebimento de receitas. E — fundamental — manter distância da informalidade	Cortes indiscriminados de custos e que comprometam a manutenção de pessoas talentosas, necessárias ao crescimento sustentável. Malabarismos contábeis que tenham como objetivo fazer os resultados parecerem melhores do que realmente são. Gerar falsas expectativas
Rever processos para reduzir o consumo de insumos e matérias-primas, ter políticas de reposição ou reutilização de recursos naturais, instalar equipamentos de coleta e tratamento de resíduos que diminuam os custos, adotar projetos de gerenciamento ambiental, incentivar pequenos fornecedores	Ações pontuais, como doações em dinheiro, ou que não tenham a ver com o negócio, como plantar árvores no jardim da empresa. Práticas conflitantes, como utilizar papel reciclado sem que nada seja feito para reduzir seu uso, também devem ser revistas
Manter-se informado sobre pesquisas científicas, buscar certificações de procedência, implantar atendimento ao consumidor, ter embalagens, bulas e manuais adequados. Substituir matérias-primas polêmicas mesmo que a legislação não exija. Ser transparente na comunicação de riscos ao público	Serviços de atendimento ao consumidor que não funcionam com eficiência (isso geralmente provoca mais irritação do que não ter serviço nenhum). Em casos de crise, insistir em negar que há suspeitas sobre o produto quando o contrário for público
Implantar sistemas de gestão informatizados que permitam enxergar a empresa como um todo, adotar princípios contábeis que gerem demonstrativos de resultados atualizados e confiáveis, ter código de ética, definir processos de sucessão antes que as crises ocorram	Criar conselhos de fachada, que não se reúnam regularmente, que não tenham poderes reais ou que sejam formados por maus profissionais. Ações demagógicas ou adotar códigos de conduta que não são seguidos sequer pelo dono

CORBIS



AP PHOTO

Duas fontes de energia Negócios que dependem totalmente da extração de petróleo (*à esq.*) podem estar com os dias contados, mas nada garante que energias limpas, como a eólica (*à dir.*), serão economicamente viáveis

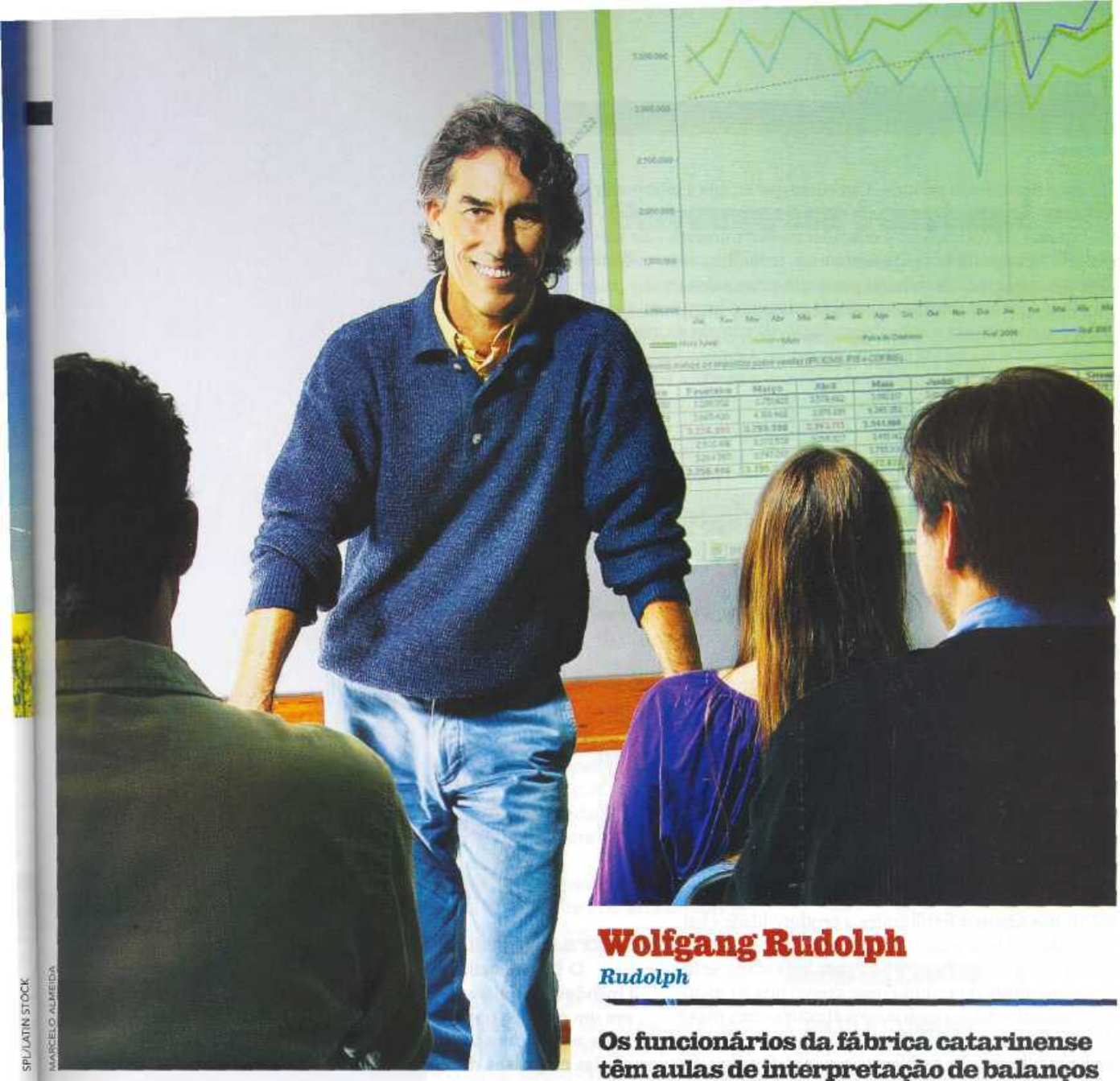


A arquiteta Patrícia Totaro, de 40 anos, também viu o futuro antes dos outros em seu ramo de atuação. Atenta à virada ecológica que a economia mundial começou a dar nos anos 90, ela se especializou em prédios ambientalmente sustentáveis. Durante dez anos, Patrícia procurou fornecedores de materiais ecologicamente corretos, como madeiras certificadas de reflorestamento. Depois de conhecer projetos arquitetônicos sustentáveis em várias partes do mundo, Patrícia entendeu que só conseguiria se firmar no mercado se convencesse os empresários de que seus projetos poderiam cortar custos. Foi com essa lógica que ela se aproximou de Antônio Gandra, quando a Ecofit ainda não tinha saído do papel. "O investimento para construir um projeto como a Ecofit fica 5% mais caro que um tradicional", diz Patrícia. "Mas a redução de gastos com água e luz dá esse retorno logo no primeiro ano de operação." O bom resultado da Ecofit deu um empurrão no crescimento da Arquitetura de Resultados, a empresa de Patrícia. Surgiram convites para projetar academias em Palmas, Boa Vista, Belém e até Buenos Aires. Nos últimos meses, ela tem sido procurada também por escolas e clubes. "O custo para construir edifícios ecológicos vem caindo conforme o mercado ganha escala", diz Patrícia. "A madeira de reflorestamento, por exemplo, era 40% mais cara há dois anos."

Uma das razões para que mais pequenas e médias empresas participem da corrida pela sustentabilidade está na maior disponibilidade de recursos. "Há 15 anos, uma empresa tinha de assumir sozinha a maior parte dos custos da mudança para um modelo de negócios sustentável", afirma o especialista Dias. Hoje, empresas menores encontram apoio em entidades do governo, associações e em grandes companhias — caso de Pão de Açúcar e Basf — interessadas em fortalecer os laços com fornecedores e clientes de menor porte.

Era de incertezas Inovações em fase de aperfeiçoamento, como a nanot ecnologia, podem mudar o cenário atual

Cresceu também a colaboração entre as próprias empresas menores. Segundo Dias, existem hoje 180 clusters de pequenos negócios empenhados em defender seus mercados. Um deles é formado por estabelecimentos de turismo da Estrada Real, um percurso seguido por tropeiros que levavam ouro de Minas Gerais para o Rio de Janeiro durante o período colonial. O caminho é hoje um roteiro ecoturístico que atrai praticantes de trekking e mountain-bike e jipeiros. Na última década, a Estrada Real sofreu com o acesso descontrolado. Sem estrutura para receber tantos visitantes, havia trechos com lixo e ria-J



SPL/LATIN STOCK

MARCELO ALMEIDA

Wolfgang Rudolph
Rudolph

Os funcionários da fábrica catarinense têm aulas de interpretação de balanços para entender os números da empresa, e as peças na linha de montagem trazem informações sobre a previsão de lucro

chos poluídos. Trechos da mata original foram destruídos para a construção de bares e restaurantes, e placas de propaganda estragavam a paisagem. Desde o ano passado, 250 empreendimentos que dependem desse pólo turístico juntaram-se para dividir custos de ações como coleta seletiva de lixo e instalação de usinas para tratamento de resíduos. Agora, os hotéis estão pedindo a empresas como Unilever e Johnson & Johnson que lhes forneçam certificados atestando que seus produtos são biodegradáveis.

O projeto ganhou apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), que vai investir 3 milhões de dólares na Estrada Real até 2008. "A intenção é transformar a Estrada Real num destino para o turista europeu", afirma Jean Pierre Sensevy, especialista em turismo sustentável do BID. "A lógica é atrair turistas que paguem mais por qualidade de serviços e natureza preservada." A divulgação da Estrada Real no exterior começa a ser feita no próximo ano, na Espanha.

Nenhuma estratégia de sustentabilidade está completa se não abranger práticas de gestão que permitam a uma pequena ou média empresa depender menos de um empreendedor genial e mais de processos. "Um dos maiores problemas das empresas menores está na organização de suas informações", diz Alexandre di Miceli, do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. "Elas devem ser precisas e claras."

O empresário Wolfgang Rudolph, de 53 anos, vem colocando essa crença em prática. Ele herdou a catarinense Rudolph, empresa que faz serviços de usinagem industrial para o setor automobilístico. No acesso ao refeitório, há um rnural com todo o tipo de número do negócio — receita, lucro estimado e alcança-

do em determinado período. Um curso que ensina a interpretar balanços faz parte do programa de treinamento. "Os funcionários devem ter condições de entender nossos números", diz Rudolph. Cerca de 70% dos funcionários, incluindo os terceirizados que cuidam da cozinha, já passaram pelas aulas.

Toda ordem de produção emitida estampa o lucro previsto. A informação percorre a linha de produção, da entrada da matéria-prima bruta à sua transformação em peças. A empresa passa por uma fase de crescimento acelerado. No ano passado, a receita foi de 39,8 milhões de reais — mais que o triplo em quatro anos. "Os funcionários melhoraram muito o desempenho, pois agora tomam decisões baseadas em informações reais", diz Rudolph.

No dia-a-dia, não é fácil enxergar o caminho para a sustentabilidade, e os empresários que lideram os exemplos contidos nesta reportagem conviveram com muitas dúvidas sobre o que deveriam fazer. Estudos de cientistas e de institutos de economia freqüentemente chegam a conclusões diferentes, e é fácil ficar perdido no meio da discussão. Há mais perguntas do que respostas — e deve ser assim por um bom tempo. Ninguém sabe dizer ao certo, por exemplo, o efeito no longo prazo do uso intensivo de novas fontes de energia, como o biodiesel ou a energia eólica, sobre o planeta. Alguns dizem que os combustíveis originados de plantas trariam riscos ambientais enormes devido à pouca biodiversidade de lavouras imensas voltadas para essa função.

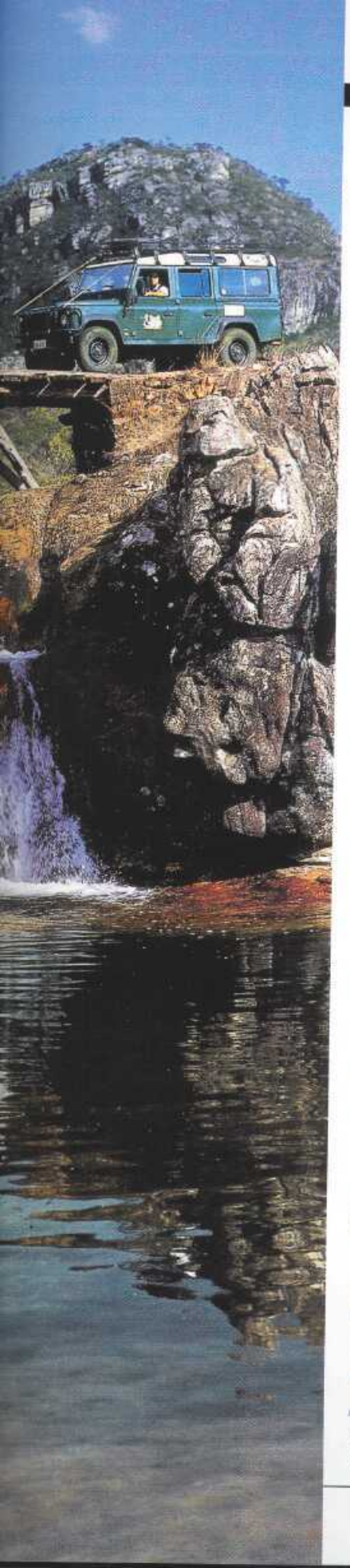
Além disso, práticas consideradas sustentáveis podem ser questionadas depois que se disseminam. A agricultura orgânica, que movimenta 30 bilhões de dólares no mundo, cresceu a taxas de 25% ao ano com seus métodos contra agrotóxicos e fertilizantes, considerados ideais por muitos ambientalistas e profissionais de saúde. Recentemente, surgiram indícios de que a agricultura orgânica também não é sustentável — justamente por não usar fertilizantes, a produtividade é baixa e o uso do solo mais intensivo. Segundo o agrônomo americano e prêmio Nobel Norman Borlaug, se toda a agricultura do mundo fosse convertida ao método orgânico, seria necessária uma área três vezes maior do que a usada na agricultura atual — o que poderia acelerar a destruição ambiental que os defensores dos orgânicos afirmam querer evitar.

Há, finalmente, as incertezas trazidas por descobertas totalmente novas, como as da área de nanotecnologia. Se o sonho de robôs minúsculos limpando poeira das superfícies 24 horas por dia tornar-se uma realidade comercialmente viável, como se diz, que futuro terá uma empresa como a Dry Wash, que hoje está na vanguarda da sustentabilidade?

Para Homero Luis Santos, professor da Fundação Dom Cabral e consultor da Câmara Americana de Comércio para Assuntos de Cidadania Social, as pequenas e médias empresas deveriam lidar com as incertezas nesse campo da mesma forma como lidam com as outras que rondam seus negócios — buscando melhorias, sempre. E, ao buscá-las, ter em mente que administrar danos faz parte do negócio. "Sustentabilidade é trazer para o centro das discussões estratégicas os problemas que a empresa estava acostumada a jogar para os outros", afirma Santos. Desse esforço, diz ele, as respostas vão aparecer. •

VLADIMIR CUNHA/AG. PEIXES

Estrada Real
O BID investiu 3 milhões de dólares em um projeto para que as pequenas e médias empresas do pólo turístico mineiro reestruturassem seus negócios



TESTE Sua empresa é sustentável?

O consultor Roberto Gonzalez, diretor de estratégia de sustentabilidade do The Media Group, preparou um teste para ajudar as pequenas e médias empresas a entender quão preparadas elas estão para garantir um crescimento sustentável ao longo dos próximos anos. Conte 1 ponto para cada resposta afirmativa às questões abaixo e veja, no final, o resultado.

1 A estratégia de crescimento e de desenvolvimento de produtos e serviços leva em consideração os problemas relacionados ao aquecimento global?

2 No processo produtivo ou na operação tenta-se diminuir a emissão de resíduos com ações de descarte, reciclagem ou reutilização de materiais?

3 É controlado o desperdício de recursos naturais, como água e combustíveis fósseis, no processo produtivo e na operação ou há projetos para sua redução?

4 A empresa respeita os interesses e as características culturais, sociais e econômicas da comunidade, da região ou do estado em que opera?

5 Há comprometimento com causas sociais, ambientais ou econômicas relacionadas à manutenção do planeta e seus recursos no futuro?

6 As informações sobre a empresa estão abertas de forma objetiva e organizada para seus públicos, como acionistas minoritários, consumidores e fornecedores?

7 Os dirigentes da empresa realmente seguem o discurso dirigido a seus públicos e estão pessoalmente comprometidos com sua implementação?

8 Há uma área ou um encarregado por assuntos relacionados à responsabilidade social ou ao meio ambiente?

9 Existe uma política estruturada — e com ações em andamento — de responsabilidade socioambiental?

10 A empresa divulga sua política de responsabilidade socioambiental a clientes, fornecedores e demais públicos para discussão e consulta?

11 Há estruturas — por exemplo, ouvidoria, serviço de atendimento ao cliente, website ou e-mail — para receber e registrar queixas, sugestões ou demandas dos públicos afetados (de forma direta ou indireta) por suas operações, produtos ou serviços?

12 Levam-se em consideração critérios sociais e ambientais na hora de selecionar fornecedores e parceiros comerciais?

13 A empresa gerencia como suas operações podem ser afetadas por variações climáticas, comportamento da comunidade na qual está inserida ou acontecimentos relacionados a suas ações para adaptar-se a esses riscos — inclusive considerando as implicações financeiras?

Resultado

- **De 10 a 13 pontos**
Parabéns! Sua empresa está no caminho da sustentabilidade.

- **De 7 a 9 pontos**
Melhore. O caminho está certo, mas é preciso mais. Recorrer a cursos, conferências, associações de classe ou consultorias externas pode ajudar.

- **De 4 a 6 pontos**
Foram dados os primeiros passos, mas ainda é pouco. Cuidado para não se atrasar na corrida para garantir a sobrevivência da empresa no futuro.

- **De 0 a 3 pontos**
O que você está fazendo aí parado? Comece já a preocupar-se com os aspectos que podem aumentar a chance de a empresa continuar existindo no futuro.

Com reportagem de Arlete Lorini

Fonte: EXAME PME, ano 2, n. 9, p. 22-33, jul. ago. 2007.