

## **Empresa 'verde' é esperança de lucro para consultorias**

*Jillian Mincer*

Quando o Comerica resolveu adotar atitudes mais "verdes", no ano passado, sabia que ia precisar de ajuda.

Esse banco, com sede em Dallas, desejava criar um plano de amplo alcance para tornar-se mais amigável ao meio ambiente. "Esse aspecto tem grande importância para os acionistas", diz Rick Plewa, vice-presidente-sênior e diretor de sustentabilidade empresarial do Comerica Inc.

Mas o banco achou que não tinha o know-how necessário para criar, sozinho, uma estratégia tão ambiciosa. Assim, procurou a Deloitte & Touche LLP, que já desenvolveu programas semelhantes para outras empresas.

Essa consultoria apresentou um plano que incluía fazer todo um inventário da produção de gases de efeito estufa gerados pelo banco; a sugestão de reciclar grandes quantidades de papel e equipamentos eletrônicos; e ainda, elaborar um protótipo de agência bancária que possa ser certificada como ecologicamente sustentável por uma entidade independente, e que possa ser duplicada em outros locais.

Não é só o Comerica que está em busca da sustentabilidade. Empresas de todos os tamanhos estão percebendo que adotar atitudes mais ecológicas é algo que pode economizar dinheiro, abrir novas fontes de renda e deixar felizes os funcionários, acionistas e clientes.

Agora que muitas empresas estão buscando essas estratégias, firmas de consultoria como Deloitte, International Business Machines Corp. e KPMG LLP, enxergam aí a oportunidade de conquistar novos negócios. Com seu know-how, prometem ajudar as empresas a analisar sua pegada de carbono, encontrar maneiras de reduzir o consumo de energia, e também identificar os possíveis benefícios fiscais gerados por medidas desse tipo.

"Há muitas empresas pensando nesse assunto e procurando aconselhamento", diz Joseph A. Muscat, sócio da Ernst & Young LLP, onde é diretor dos serviços de consultoria para tecnologias limpas na área das Américas.

Um grande motivo que leva as empresas a pensar nas questões ambientais é a pressão crescente que estão sentindo em relação a esse assunto. O custo da energia está disparando, os acionistas e o público em geral estão exigindo com mais vigor que as empresas adotem práticas mais responsáveis para com o meio ambiente, e as agências regulatórias estão impondo normas mais rígidas. Nesse novo clima de negócios, apenas reciclar papel ou reduzir o uso do ar-condicionado já não é suficiente.

Entre outras coisas, os investidores americanos estão fazendo pressão sobre a Comissão de Valores Mobiliários, conhecida no país como SEC, para que exija das empresas que divulguem com mais exatidão quais são os riscos que as mudanças climáticas apresentam para seus negócios. Por exemplo, será que a empresa poderia sofrer um grave golpe financeiro se modificasse suas operações a fim de cumprir as normas e reduzir suas emissões de carbono? Existe o risco de enfrentar processos judiciais se não cumprir essas normas?

Em agosto, a Xcel Energy Inc. concordou em divulgar advertências detalhadas acerca desse tipo de riscos, em acordo firmado com o procurador-geral de Nova York, Andrew M. Cuomo. Em 2007, Cuomo intimou os executivos da Xcel e de quatro outras empresas de energia a garantir que as informações apresentadas à SEC explicavam adequadamente os riscos.

Segundo alguns ambientalistas, no futuro próximo as empresas vão ter que enfrentar exigências ainda mais severas em relação à divulgação desse tipo de dados. As empresas com atuação internacional já precisam atender a normas mais estritas e, nos EUA, espera-se que a política relativa às emissões de carbono fique mais severa, seja qual for o partido que vencer as eleições presidenciais em novembro.

Mas os esforços em direção à sustentabilidade corporativa não buscam apenas evitar problemas. As empresas também estão reconhecendo as oportunidades que se abrem para quem adota atitudes mais "verdes".

Um levantamento global de 250 executivos, feito pela IBM, concluiu que 68% das empresas estão considerando a responsabilidade social corporativa como nova maneira de geração de rendas, seja criando novos produtos ou adaptando os já existentes. Por exemplo, há empresas desenvolvendo novas versões mais econômicas em energia dos seus produtos normais. Outro estudo feito pela IBM, desta vez com 1.100 presidentes de empresas, constatou que a maioria planeja aumentar seus investimentos em responsabilidade social corporativa em 25% ao longo dos próximos três anos.



Fonte: Valor Economico, São Paulo, 9 out. 2008, Finanças, p. C5.