Ações proativas para a sustentabilidade

Christian Ullmann

O mercado cada vez está mais atento às questões sociais e ambientais. Muitas empresas estão mostrando o caminho a seguir, mas o que fazer com as empresas que não veem benefícios em adotar o modelo do desenvolvimento para a sustentabilidade?

Como nós, designers, podemos colaborar para desenvolver ações e transformar as empresas em pró-ativas para a sustentabilidade?

A gestão é uma importante ferramenta no momento de explicar para empresários quais os benefícios e quais os novos caminhos traçados para o século XXI. Já temos exemplos de empresas que estão lucrando com a sua melhoria da responsabilidade ambiental e social, já estão reduzindo volume da matéria prima utilizada, reduzindo custos de processos de transformação, reduzindo custos de resíduos, reduzindo custos com a melhoria de eficiência, reduzindo custo com logística e embalagem e por sobre todo melhoria de imagem para com os diferentes atores do mercado.

Seguramente uma das primeiras atividades que temos que desenvolver para evidenciar todos ou alguns destes diferenciais é olhar para o mercado e para os concorrentes e entender qual a vantagem competitiva e a partir de aqui explicar o que tem que ser mudado.

Uma vez passada esta fase é necessário por todo em pratica e transformar boas intenções em bons negócios, mudança cria desconfiança e temos que apresentar uma estratégia e cronograma claro e simples para poder atingir os objetivos.

O lucro da empresa não tem que ser medido só na quantidade de produtos vendidos ou na quantidade do volume de dinheiro movimentado por ano, hoje a imagem da empresa, os cm de mídia espontânea, os prêmios, as atividades desenvolvidas junto às diferentes comunidades são importantes para posicionar a empresa no mercado, para conquistar novos mercados, para conseguir novos investimentos ou simplesmente para pagar menos impostos ou conseguir incentivos fiscais.

Sempre o caminho mais curto é encontrar no corpo da empresa funcionários convencidos que este é o futuro da empresa e ter eles como parceiros e juntos melhorar o desempenho da empresa.

Quanto mais domínio das informações dos diferentes setores e fases do desenvolvimento do produto mais oportunidades para introduzir as mudanças, isto significa saber de processos de extração de matérias primas, impacto ambiental, conceito de sustentabilidade, oportunidades e benefícios fiscais, avaliação de ciclo de vida (ACV), normas técnicas, desenvolvimento de estratégias, novos mercados, novos negócios, marketing e comunicação verde, etc.

Também temos que lembrar que todo isto só é possível acontecer com muita paciência, outro atributo do novo modelo industrial, toda pequena mudança ajuda para ter um grande impacto positivo.

As verdadeiras ações direcionadas para a sustentabilidade exigem de todos assumir a nossa co-responsabilidade de fazer com que as coisas aconteçam, reduzindo ao máximo os impactos negativos e fazendo com que os benefícios sejam distribuídos ou mais igualitários para um número maior de pessoas da sociedade.

ULMANN, Christian. Ações proativas para a sustentabilidade. **Rede Design Brasil**. Curitiba, Nov. 2009. Disponível em: <http://www.designbrasil.org.br>. Acesso em 4 nov. 2009.

Publicação deste artigo é exclusiva para fins educacionais