

# Aprendendo a ganhar dinheiro com a defesa do meio ambiente

'As empresas de pequeno porte que se qualificam nos quesitos da sustentabilidade têm mais chance de crescer e se consolidar com bons contratos de fornecimento

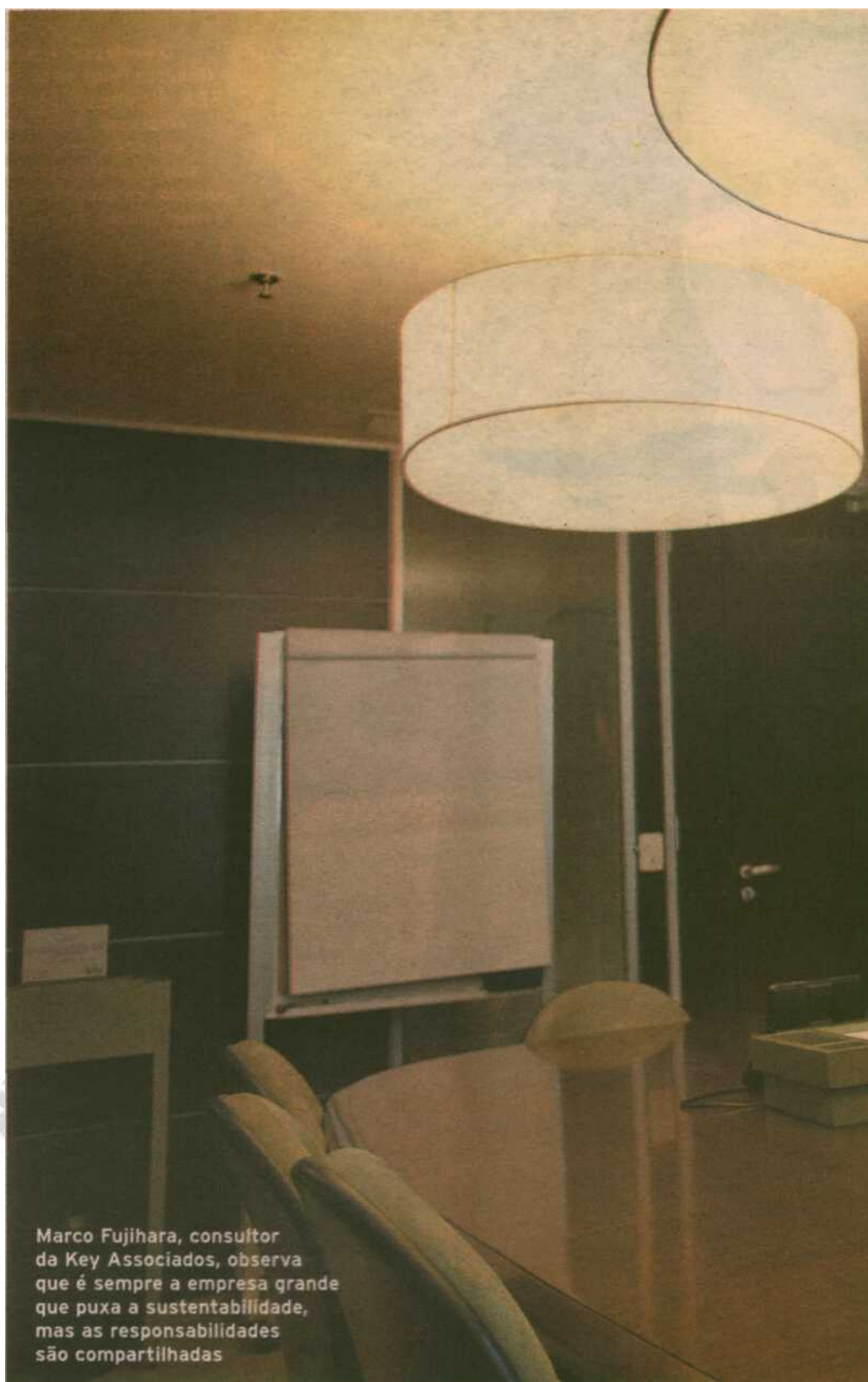
TEXTO LUCIANO MARTINS COSTA

Os dois grandes motores da sustentabilidade no ambiente de negócios são justamente o consumidor e o setor financeiro, afirma Marco Antônio Fujihara, diretor da Key Associados, consultoria especializada em sustentabilidade. Engenheiro agrônomo com pós-graduações em economia rural, política e estratégia, Fujihara observa que as novas tendências do mercado não acontecem por acaso. "Os consumidores estão mais informados e, a partir da ponta do sistema, começam a comprometer toda a cadeia de custódia dos produtos", acrescenta.

Segundo o especialista, as responsabilidades passam a ser mais compartilhadas também porque hoje em dia as informações fluem muito rapidamente e um pequeno incidente pode produzir grandes crises. "Uma canelada do Greenpeace numa grande empresa pode afetar todo um sistema", alerta, o que significa perda de mercado, aumento de custos com seguros e mudanças de processos. Por outro lado, o setor financeiro, preocupado com sua própria reputação, passa a ditar novos paradigmas para a oferta de financiamento, incluindo, além das garantias tradicionais, a prevenção de problemas ambientais e sociais. No meio do caminho ficam as manufaturas.

Para Marco Antônio Fujihara, "em todas as cadeias de custódia, é a empresa-mãe que puxa o trem da sustentabilidade, mas as responsabilidades são sempre compartilhadas". Ele tem observado que as empresas de pequeno porte que se qualificam nos quesitos da sustentabilidade têm mais chance de crescer e se consolidar com bons contratos de fornecimento, ou

**O setor financeiro, preocupado com sua própria reputação, passa a ditar novos paradigmas para a oferta de financiamento, incluindo a prevenção de problemas ambientais e sociais**



Marco Fujihara, consultor da Key Associados, observa que é sempre a empresa grande que puxa a sustentabilidade, mas as responsabilidades são compartilhadas

mesmo na relação direta com seus consumidores. "Quando se comprometem com esses paradigmas e passam a atender as novas demandas, essas empresas transformam a vantagem competitiva em vantagem comparativa", conclui.

Essa é a história da Cerâmica Lucevans, pequena empresa estabelecida na cidade paulista de Panorama desde 1998, que estava mergulhada em crise quando Vanda Miquelotti assumiu a direção, em 2005. Produtora de tijolos para construção civil, a empresa passou por uma reformulação total, com apoio de entidades como o Sebrae, Senai, Instituto de Pesquisas Tecnológicas da USP e outros órgãos, e se transformou em modelo de gestão sustentável. Sua mais recente conquista foi a obtenção da certificação de crédito de carbono, o que a habilita a produzir receita com seu programa de defesa do meio ambiente.

"Tudo começou com a assessoria do Sebrae, que nos ajudou a melhorar a gestão e procurar mais qualidade", explica Vanda. Foram dois anos de transformações no am-

biente físico da empresa, proporcionando mais conforto aos funcionários e atacando radicalmente os vazadouros de poluição. Os resultados vieram em pouco tempo: "A gente notou que os funcionários se dedicam mais quando se sentem melhor no trabalho. Há menos perdas, mais qualidade e mais produtividade", explica.

Segundo a diretora da Lucevans, que agora está expandindo suas instalações, o investimento em filtros e outras medidas de proteção ao meio ambiente não trouxe apenas os benefícios diretos. "Com isso, conseguimos implantar o projeto de captação de fumaça e já fizemos duas vendas de certificados de crédito de carbono", comemora.

As mudanças na empresa valeram sua inclusão na lista das 99 soluções inovadoras selecionadas pelo Sebrae-SP em 2010. Mas a consequência não foi apenas prestígio e menos risco de multas, segundo Vanda Miquelotti. "Nós também nos tornamos fornecedores preferenciais para quem se preocupa com a sustentabilidade, o que é uma boa forma de garantir o resultado da empresa", conclui.