

Consumo sustentável está no foco de instituição empresarial

Maria Carolina De Ré

Incentivar o consumo sustentável é o primeiro objetivo da organização Global Council Sales of Marketing (GCSM), criada em junho deste ano. Outra meta que baliza as ações da instituição é a promoção do acesso de companhias e empresários do País à discussões globais sobre áreas do conhecimento, como, por exemplo, as mudanças que estão afetando os consumidores.

"Procuramos orientar as empresas e empresários sobre o momento mais difícil de uma transição da economia global" disse Agostinho Turbian, presidente da Global Council Sales Marketing.

A instituição, que não tem fins lucrativos, possui uma rede com cerca de 674 associados, entre empresas, entidades privadas, instituições de ensino [privadas e públicas] nacionais e estrangeiras. Dentre os parceiros, Turbian destacou organizações como a Associação das Nações Unidas - Brasil (Anubra), Fórum de Líderes e o Fórum das Américas.

Ele contou que a Global Council Sales of Marketing também atua em parceria com a Federação Nacional das Associações dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (FENADVB), na organização e divulgação de palestras com personalidades que se destacam no cenário político e empresarial do País, em encontros chamados "Conversas com quem faz a diferença". O presidente da Global Council fez questão de frisar que neste ano, um dos encontros contou com a participação do atual governador do Estado de São Paulo, Geraldo Alckmin.

"Abrimos espaço para que pequenos e médios empresários pensem sobre temas que permeiam a sociedade, destacando a importância da sustentabilidade. Também estamos presente fisicamente ou fazendo acompanhamento a distância de mais de 1,6 mil eventos que acontecem ao redor do mundo", destacou o dirigente.

Reavaliar prioridades

Para o presidente da Global Council, a nova forma de consumo que se apresenta no mundo está balizada no reconhecimento que as pessoas já sabem que os recursos do planeta são limitados e, portanto, os consumidores vão reavaliar suas prioridades no ato das compras.

"Hoje grandes empresas não vendem 'apenas' produtos, passaram a fazê-lo comunicando outros valores. Ou seja, o ato de comunicar agrega ideias associadas aos atos das companhias juntamente com os produtos. Assim, políticas de responsabilidade ambiental e valorização humana ganham destaque", destacou o presidente da GCSM.

Para ilustrar o conceito de consumos sustentável ele citou atuação de empresas com a Natura e O Boticário: "Suas marcas estão intimamente associadas à valorização de produtos naturais e a promoção do bem-estar de funcionários que atuam dentro de suas estruturas".

O tema também motivou uma parceria da Global Council com instituição de pesquisa [não revelada por Turbian], na realização de um estudo cujos resultados serão apresentados a parceiros e ao mercado em 2013.

"Estamos intimamente ligados ao debate de assuntos relacionados com mudanças que precisam ser promovidas internamente. A necessidade de investimento em energia limpa, infraestrutura e tecnologia, estão entre elas", disse.

Comparando o Brasil com a Alemanha, o executivo citou ainda que hoje o país europeu possui uma frota de cerca de 60 milhões de veículos, que circulam em um território quinze vezes menor que o Brasil. Mesmo assim, a Alemanha detém uma frota de veículos duas vezes maior que o País.

"O Brasil tem 30 milhões de veículos. Essa distância tem relação direta com a falta de infraestrutura rodoviária, que impede a circulação dentro do território e acaba, direta ou indiretamente, retardando o avanço desta indústria", apontou o presidente.

Prêmios

Em 2013, a instituição pretende premiar empresas que se destacaram no fomento às práticas sustentáveis dentro do Brasil. Segundo relato do presidente, ainda não houve uma definição de todos os critérios que serão usados para escolher os vencedores, mas ele imagina que o prêmio terá algumas escolhas pontuais em diversas categorias.

Outra premiação importante da Global Council acontece amanhã (12). A instituição vai homenagear empresários brasileiros que se destacaram ao longo de 2012, em evento que destacará reconhecimento de "Honra ao Mérito empresarial", em reunião com 200 participantes e personalidades de áreas como esportes, artes e política.

"Além das homenagens, vamos comemorar os avanços que aconteceram no País. Setores estratégicos como a indústria e o varejo conquistaram grandes vitórias, dentre elas destaco a desoneração fiscal. Vemos que o ano foi farto em crédito e financiamento, entre outras conquistas que aconteceram para estimular a produção no País", finalizou.

Fonte: DCI, São Paulo, 11 dez. 2012, Primeiro Caderno, p. A11.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins jornalísticos no Brasil.