

REVISTA

ALSHOP

EDIÇÃO 189 | ABR 2011

ALSHOP.COM.BR

EMPREENDEDORISMO

Um panorama das empresas que entram no mercado de ações em 2011

FASHION GUIDE

O Brasil aparece como país emergente na Euroshop

COMPORTAMENTO

Quando o consumismo foge ao controle e pode se tornar um transtorno

Carlos Miele

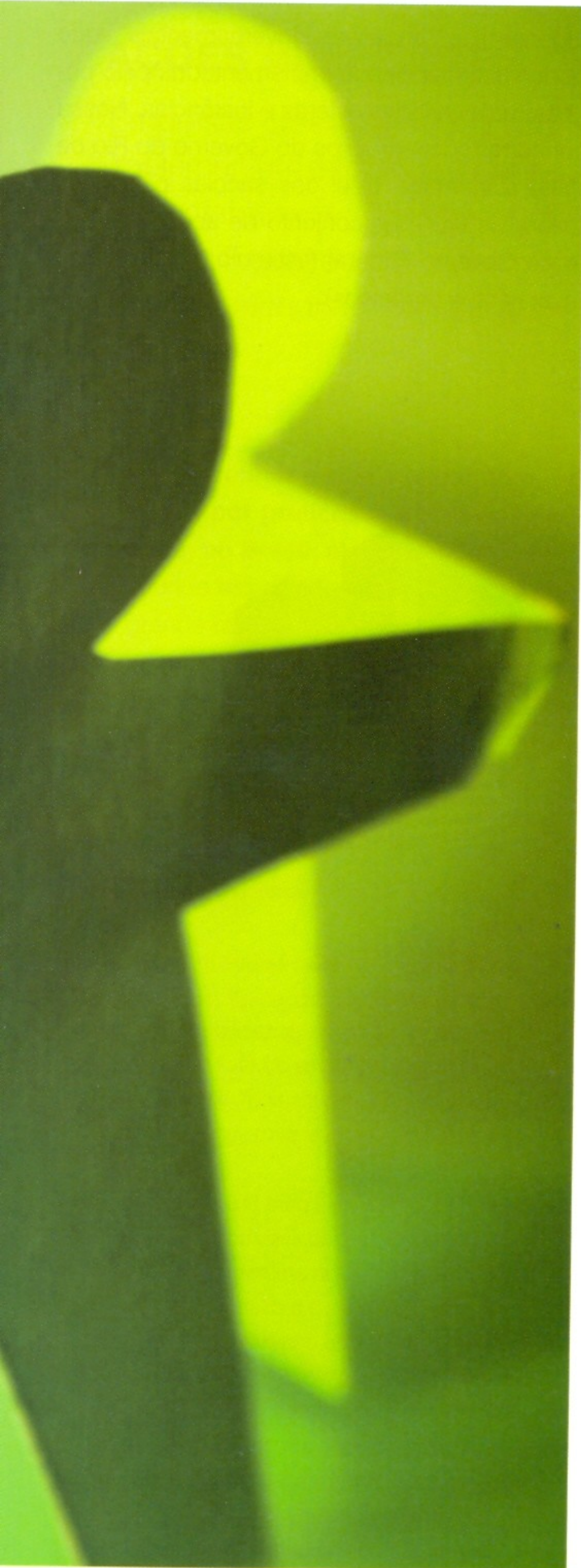
Grife internacional de moda e negócios



SUSTENTABILIDADE

não é moda





O ritmo ainda é apontado como tímido, mas aos poucos as empresas vêm incorporando iniciativas e ações de sustentabilidade, principalmente ambiental. Para o fundador do grupo que auxilia as empresas nessa empreitada, Newton Figueiredo, do Sustentax, mesmo os micros e pequenos empreendedores – lojistas de shoppings, por exemplo – podem aderir

por Wagner de Alcântara Aragão e Alexandre Gomes

Mais do que seguir uma, talvez, “moda”, a adoção de iniciativas e a realização de práticas chamadas “sustentáveis” têm se tornado necessidade e aos poucos vêm se incorporando à rotina das empresas, dos mais variados segmentos, dos diferentes portes e tamanhos. E não só empresas. Organizações não governamentais e mesmo instituições do poder público têm aderido a esse movimento.

Demonstrar às corporações que, se num primeiro momento as ações sustentáveis requerem investimentos, depois, em contrapartida, essas práticas trazem resultados (à coletividade e à corporação propriamente dita) é a missão de algumas instituições que buscam fomentar. É o caso da “Greenvana”, que promove o “Greenbest”, prêmio aos melhores projetos de sustentabilidade e que tem se tornado referência, e o Grupo Sustentax, que formata, implementa e acompanha projetos nas empresas.

Um dos clientes da Sustentax é o Grupo Pão de Açúcar. De acordo com a assessoria de imprensa da rede de lojas, há dez anos o grupo investe em projetos de sustentabilidade. Um deles é o de coleta de lixo reciclável. Um total de 227 postos de arrecadação em lojas Pão de Açúcar, Extra e Compre Bem, em 31 municípios, recebem da população restos de papel, plástico, metal e vidro, que são destinados a cooperativas de reciclagem parceiras do grupo no projeto. ►

PILHAS, BATERIAS E CELULARES

Segundo dados divulgados pela assessoria de imprensa do Pão de Açúcar, em dez anos já foram arrecadadas 40 mil toneladas de lixo reciclável. O sucesso do programa levou a outro: a instalação de pontos de coleta de pilhas, baterias e celulares. A arrecadação de pilhas e baterias ocorre em 23 lojas do estado de São Paulo e em Curitiba desde abril do ano passado, período em que já foram coletados mil quilos. A recolha de celulares velhos se dá em 41 lojas, inclusive em Salvador e Recife. Em cinco lojas da cidade São Paulo, há coletores de medicamentos vencidos.

As iniciativas do Pão de Açúcar concorrem em três das 16 categorias da edição 2011 do Prêmio Greenbest. Uma dessas categorias é a “iniciativas governamentais”, que traz projetos de sustentabilidade implementados pelo poder público nas mais variadas esferas e instâncias. Nessa categoria, concorrem dois projetos do Governo do Rio de Janeiro (asfalto sustentável e lei das sacolas plásticas), um da Prefeitura de Curitiba (conjunto de ações na área ambiental) e do Governo Federal (estímulo à produção e consumo de alimentos orgânicos).



Dicas de sustentabilidade para os lojistas

- 1** Escolher o ponto em um shopping que tenha práticas de sustentabilidade: equipamentos eficientes, como elevadores, escadas, metais sanitários. Com isso estará buscando ter maior rentabilidade para seu negócio, pelos menores custos condominiais, e maior responsabilidade para com seus clientes e para com a sociedade, pelos menores impactos ambientais.
- 2** Avaliar bem antes de comprar para minimizar os riscos de encalhe de mercadorias. Ouvir os clientes é uma obrigação para garantir que seus produtos e serviços sejam desejados.
- 3** Desenvolver um ambiente que seja atraente para os clientes, agradável e aprazível. Atraia os clientes pela aprazibilidade de sua loja!
- 4** Informar o consumidor dessas iniciativas. O cliente precisa ter a percepção de que tudo está sendo feito para que ele se sinta muito bem no ambiente e que será informado para que tome a melhor decisão para ele.
- 5** Escolher fornecedores que também estejam engajados de forma séria em garantir produtos menos tóxicos e extraídos e produzidos com responsabilidade socioambiental.
- 6** Nunca se utilize da facilidade da meia verdade através da fácil maquiagem verde (greenwashing), isto é, induzir que é sustentável sem ser de fato.
- 7** Dar preferência para produtos produzidos em sua região. Isso colabora para aumentar o nível de emprego e reduzir os problemas sociais e a criar um ambiente mais agradável de convivência.
- 8** Evitar a compra de produtos artesanais produzidos em outros países. A compra de produtos de baixa tecnologia de outros países diminui o recolhimento de impostos e estimula o desemprego e a falta de infraestrutura pública.

Fonte: Sustentax

AÇÕES INCIPIENTES

Empresas brasileiras ainda não implementam estratégias consistentes em sustentabilidade. O fundador do Sustentax, Newton Figueiredo, fala dos benefícios aos empreendimentos que adotam essas medidas.

Como o senhor avalia a conjuntura, no que se refere à busca por práticas sustentáveis por parte das empresas, no Brasil, atualmente?

O mundo está mudando, os consumidores já mudaram e a grande maioria das empresas não se apercebeu disso. Estamos em plena quebra de paradigma, com uma chance enorme para as empresas éticas de todos os ramos, e especialmente do varejo, se diferenciarem. O que temos visto, com raras exceções, são esforços dispersos e não estruturados e focados em geração de valor. Ainda vemos muitas ações sem consistência, feitas apenas porque todo o mundo fala em sustentabilidade.

A sustentabilidade, além de ganhos para a coletividade, que tipos de benefícios traz para as empresas?

Praticar sustentabilidade é sinônimo de garantir rentabilidade e perenidade da empresa. Ter práticas sustentáveis implica em ter equilíbrio entre decisões econômicas, financeiras e sociais. Muitas vezes é deixado de lado o componente econômico e partimos para ações não sustentáveis focadas apenas nos aspectos socioambientais. Sustentabilidade significa gerar valor para a empresa e para a sociedade.

Um micro ou pequeno empreendedor, proprietário de um estabelecimento num shopping center, por exemplo, como conscientizá-lo, mostrar-lhe a importância da adoção de uma política interna de sustentabilidade?

O lojista é responsável direto pelo que ele oferece para seu



Newton Figueiredo, fundador do Sustentax

público (validade, toxidade e origem legal dos produtos, por exemplo) e também corresponsável (até criminalmente) pela responsabilidade socioambiental dos produtos. Se ele vende em seu estabelecimento carvão e não procurou saber a origem da madeira e se há responsabilidade social em sua produção (ausência de trabalho escravo, por exemplo), ele está sujeito a responder por crime ambiental e como estimulador de trabalho infantil. Assim, de uma forma geral, é de responsabilidade do lojista tomar os cuidados necessários para, antes de mais nada, minimizar os riscos socioambientais de seu negócio. É importante que ele passe a questionar a legalidade da produção de seus fornecedores de modo que possa expor em suas prateleiras apenas produtos que foram produzidos e distribuídos dentro da legalidade e dos princípios básicos de responsabilidade social e ambiental. Os consumidores esperam que o varejo se comporte assim, como um filtro de ética e responsabilidade socioambiental, antes da exposição dos produtos nas prateleiras, especialmente no Brasil.

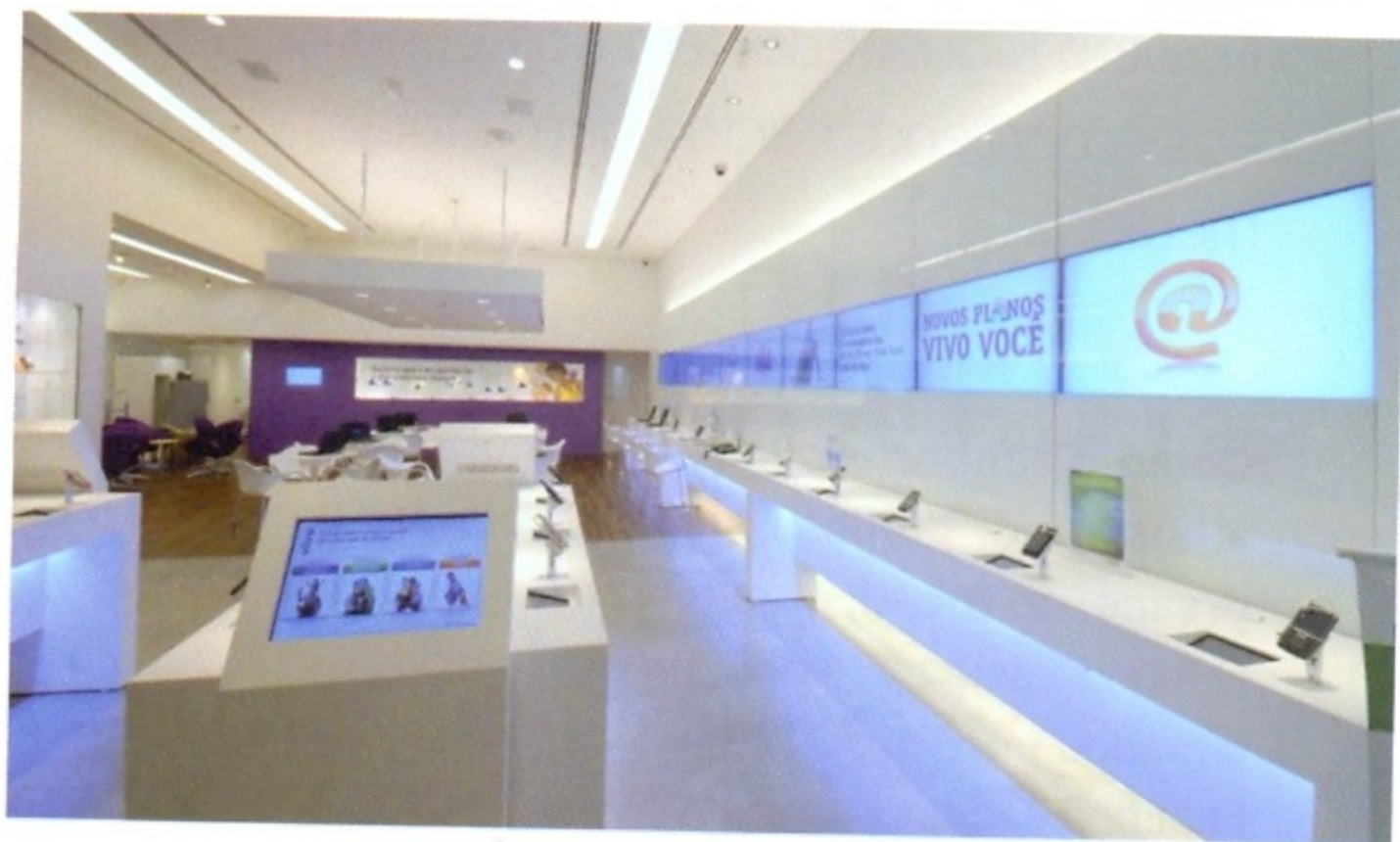
VIVO PARA UM MUNDO MELHOR

Se há dez anos era comum ter um celular, hoje não é difícil ter mais de um. As operadoras costumam dar descontos e, às vezes, aparelhos grátis todo ano, de acordo com o nível de relacionamento (valor da conta, plano de dados, longevidade do plano) que tenha com o consumidor. Com tanta facilidade, estamos constantemente trocando de aparelhos e nem sempre damos a devida atenção ao antigo. Nem todo mundo sabe, mas o cuidado com o armazenamento e descarte de um celular antigo, sobretudo sua bateria, é tão importante quanto as funcionalidades e novidades de seu *smartphone* novinho em folha.

As baterias de celulares são compostas de metais, como o chumbo, o cromo e o mercúrio. Quando jogadas na natureza, podem contaminar o solo, os lençóis freáticos, rios e mares, poluindo a natureza e até causando danos irreversíveis à população que entra em contato com essas substâncias.



Caio Camargo, gerente de negócios da Vivo



Vivo: sustentabilidade é a ponte para garantir resultados consistentes

A operadora de celular Vivo desenvolve projetos que reduzem ou neutralizam suas ações na comercialização de celulares e baterias com a posição "Vivo para o Futuro". Esse é um trabalho de persistência e objetividade. Criado em 1999, o projeto já recolheu, nesses 12 anos de existência, mais de 1,5 milhão de celulares e baterias usadas com os programas Recycle seu Celular e Coleta de Baterias.

Sustentabilidade é a ponte para garantir resultados consistentes, gerindo aspectos econômicos, tecnológicos, sociais e ambientais, de forma responsável e saudável, de modo a obter recursos suficientes para promover o crescimento sustentável da empresa, do setor e da sociedade. Para Caio Camargo, gerente de negócios da Vivo "não ser sustentável hoje ficará muito caro no futuro" afirma. "Sustentabilidade é muito mais que o meio ambiente. É o modelo que as empresas se relacionam com seus clientes e esses clientes se relacionam com o mundo onde vivem", conclui. Esse é um trabalho de persistência e objetividade.

Outros projetos que a Vivo desenvolve são: Reciclando Mentes, Transformando com Arte e Vida, Integrando o Meio Ambiente à Vida, Florestinha e Reflorestamento Vivo. Além destes, a Vivo também tem o Instituto Vivo, que abraça quatro projetos interligados: Rede Vivo Educação, Rede Vivo de Inclusão Social, Rede Vivo de Voluntariado e Rede Vivo de Gestão Social.