

BEM

Distribuição gratuita | Ano I | Edição 01 | Ago-Set 2009

OSASCO



**Aprenda a escolher
um bom vinho**

**Deixe as crianças longe
das armadilhas virtuais**

**Confira os endereços da
cultura em nossa cidade**



Editora
Matheus & Benetti

SER SUSTENTÁVEL É O GRANDE DESAFIO



Empresas perdem oportunidade de reconhecimento por não contribuírem para um mundo melhor

Sustentabilidade é o assunto do momento. Porém, a palavra vem sendo repetida com os mais diversos enfoques - muitas vezes de maneira equivocada. Ecologia, filantropia, caridade, baixo retorno de investimentos, etc... Todas essas associações devem-se a ações sociais e ambientais desconectas do negócio da empresa, sendo divulgadas como ações sustentáveis, mas que nem de longe são.

Neste contexto, o consumidor não consegue identificar realmente quem pratica a sustentabilidade de forma genuína, isto é, quais empresas possuem questões sociais e ambientais integradas na estratégia corporativa, de maneira a reforçar a vantagem competitiva para o negócio.

Pesquisa realizada em 2007, na Alemanha, Brasil, Canadá, China, Estados Unidos, França, Índia e Reino Unido mostrou que os consumidores desconhecem a existência de produtos

e serviços e dos critérios que os fazem "verdes". Outro ponto levantado é que acreditam que os produtos e serviços são mais caros e que têm baixa disponibilidade.

Quem perde não são apenas os consumidores, mas, principalmente, as empresas que, além de não reduzirem desperdícios e não aumentarem a competitividade, perdem oportunidade de reconhecimento. O que falta para a maioria dos empresários é compreender que não basta apenas ter produtos e serviços de qualidade, a bons preços e oferecidos com bom atendimento.

O desafio é estar empenhado com a redução de desperdícios, mitigação de riscos socioambientais e aumento de competitividade, de dentro para fora, atingindo todos seus processos e níveis hierárquicos.

Podemos citar como ações sustentáveis: resultados econômicos

e financeiros positivos; a busca do equilíbrio entre o retorno financeiro, o impacto ambiental e a inclusão social; respeito às culturas e às comunidades locais; combate ao desperdício (reduzir, reusar e facilitar a reciclagem); redução dos impactos ambientais e sociais; ser energeticamente eficiente; não desperdiçar água; garantir ambientes saudáveis para os usuários; respeito aos Direitos Humanos e do Trabalho; combater a corrupção; fazer a coisa certa, do jeito certo e da primeira vez; ter atitudes éticas e positivas. Vemos hoje, empresas despontarem como referência em sustentabilidade para os consumidores e investidores. Quanto mais tempo as demais levarem para iniciar o processo, maior risco terão na viabilidade do seu negócio.

Artigo de Newton Figueiredo
Presidente do Grupo SustentaX, que atua em diversos setores desenvolvendo o conceito de sustentabilidade.
Visite: www.sustentax.com.br