

n.115/116

Julho.Dezembro

2011

DIRIGIR

separata

Boas práticas
ecológicas nas empresas



Boas práticas ecológicas nas empresas

Por: Carlos Barbosa de Oliveira – Jornalista

Uma empresa moderna e competitiva assume um compromisso com o desenvolvimento sustentável e promove boas práticas ecológicas. Nesta Separata damos algumas sugestões sobre boas práticas a seguir e demonstramos como podem ser positivas para o desenvolvimento e competitividade das empresas

O Conselho Europeu traçou como metas a atingir, até 2020, a redução dos gases com efeito de estufa, o aumento do recurso às energias renováveis e a melhoria da eficiência energética.

As empresas têm um papel importante a desempenhar para que os objectivos traçados possam ser atingidos, aplicando boas práticas ambientais.

Muitas das grandes empresas já assumiram um compromisso com o ambiente, mas as pequenas e médias empresas (PME) – que representam mais de 90% das empresas europeias – ainda estão, na sua esmagadora maioria, distantes da aplicação do conceito de desenvolvimento sustentável por três razões principais:

- Falta de consciência do impacto ambiental que a sua actividade gera.
- Não estarem abrangidas, em virtude da sua dimensão, pela obrigatoriedade de aplicar diversa legislação ambiental.
- Estarem isentas, pela mesma razão, de aplicar instrumentos e medidas que visam combater as fontes de poluição.

A não aplicação de medidas ambientais é, muitas vezes, um factor que diminui a competitividade das PME pois, sendo muitas delas fornecedoras de grandes empresas que já praticam políticas ambientais, são frequentemente preteridas nos concursos. Há ainda outros factores que têm adiado a implantação de medidas ambientais por parte das PME:

- Falta de sensibilização para as práticas da gestão ambiental.
- Desconhecimento do modo de aplicação de boas práticas.
- Falta de recursos humanos com competência para a introdução de boas práticas.
- Carência de recursos financeiros.
- Desconhecimento da relação custo/benefício resultante da aplicação de boas práticas.
- Convicção de que o respeito pelas normas legais aplicáveis é suficiente para um bom desempenho ambiental.

Cada caso é um caso e o comportamento das empresas face à temática ambiental é variável. Agrupemo-las em quatro categorias.





A empresa cumpridora

A empresa cumpre os preceitos legais com rigor e competência mas assume que o seu principal objectivo é a obtenção de lucros. Entende que ir para além do que a lei exige é um custo adicional que diminui os seus lucros.

A empresa reactiva

Através das práticas de outras empresas do mesmo sector de actividade, a empresa percebe que pode reduzir os custos implantando medidas de eco-eficiência e reconhece que investimentos nas boas práticas ecológicas melhoram a sua reputação. Vai aplicando as medidas e introduzindo algumas boas práticas, geralmente de forma pontual e sem estratégia.

A empresa proactiva

Encara a sustentabilidade e as boas práticas ecológicas como estratégia-chave dos seus negócios. Assume a sustentabilidade

de não como um custo, mas como investimento e oportunidade de negócio. Cria um departamento ou unidade orgânica para analisar como pode evoluir em termos de boas práticas internas e externas.

A empresa verde

Encara a sustentabilidade e a implantação de boas práticas ecológicas como um modelo de gestão da empresa.

Reconhece que não faz sentido desperdiçar recursos naturais e que as boas práticas são um valor acrescentado para a empresa e uma mais-valia na sua relação com os clientes e *stakeholders*.

O desenvolvimento sustentável é assumido pela própria administração e incutido nos colaboradores o desenvolvimento de boas práticas ecológicas no plano laboral e pessoal.

Organiza conferências e faz formação dos colaboradores, acompanhando essas acções com medidas concretas.

Incentiva os colaboradores a sugerirem a introdução de novas práticas ainda não assumidas pela empresa, criando uma cultura interna de promoção e compromisso com a sustentabilidade.

O que é uma empresa sustentável?

A sustentabilidade tem impactos diversos quando se fala de indústria, agricultura, urbanismo, informação ou serviços. De um modo geral, pode dizer-se que uma empresa é sustentável quando alia as boas práticas ecológicas, no seu funcionamento interno e no seu modo de produção, com a boa utilização dos recursos ecológicos, melhorando a sua eco-eficiência. Ou seja, o desenvolvimento que responde às necessidades do presente sem comprometer o desenvolvimento das gerações futuras (definição adoptada no Relatório Brundtland).

É possível «medir» a sustentabilidade de uma empresa?

A sustentabilidade compreende duas dimensões: a interna e a externa.

A dimensão interna tem a ver com a conduta da empresa e implica a gestão dos seus recursos humanos (aprendizagem ao longo da vida, responsabilização dos trabalhadores, maior informação dentro da empresa...), a saúde e a segurança no trabalho, a adaptação à mudança, a gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais.

A dimensão externa está relacionada com os vínculos que a empresa estabelece com os *stakeholders* (partes interessadas): a comunidade local, os parceiros comerciais, as ONG, os organismos públicos...

Ambas as vertentes são mensuráveis pelos indicadores de desempenho mas não existe, ainda, um critério universal para os avaliar.

Como se avalia o impacto ambiental de uma empresa?

De uma forma simplificada pode dizer-se que o impacto ambiental de uma empresa se avalia pela sua pegada ecológica, ou pegada de carbono.

O que é a pegada de carbono?

É a quantidade de CO₂ que uma empresa produz, seja pelas práticas de funcionamento e/ou produção, seja pelo consumo de recursos naturais.

Algumas empresas já incluem, nos rótulos dos seus produtos, informação sobre as emissões de carbono durante todo o ciclo de vida de um produto (produção, embalagem/envase transporte e fim de vida).

O que é a eco-eficiência?

É um modelo de gestão que visa acrescentar mais valor ao produto, otimizar os recursos utilizados, reduzir os prejuízos ambientais e os custos na produção de bens e serviços que satisfaçam as necessidades humanas e melhorem a qualidade de vida.

O que é um negócio sustentável?

É um negócio que utiliza racionalmente os recursos naturais com benefícios para o planeta, para a empresa e para os consumidores.

COMO IMPLEMENTAR BOAS PRÁTICAS ECOLÓGICAS NA EMPRESA?

A implantação de uma cultura ambiental envolve mudanças culturais e comportamentais significativas. Normalmente implica um novo modelo de gestão e um compromisso mais directo entre administração, colaboradores e *stakeholders*. Alguns exemplos:

- Identificar as fontes de degradação ambiental e os impactos que provocam.
- Quantificar os custos associados à sua redução.
- Introduzir critérios ecológicos nas compras da empresa.
- Criar um Código de Boas Práticas Ambientais como forma de assumir o compromisso de sustentabilidade.

Redução do consumo de recursos naturais

- Diminuir a utilização de energia, água, florestas e materiais.
- Implantar o princípio Reduzir, Reutilizar, Reciclar.
- Assegurar a gestão rigorosa dos resíduos promovendo a separação dos recicláveis e garantindo o seu encaminhamento para valorização.
- Promover a eco-eficiência das embalagens assegurando a avaliação da componente ambiental.
- Definir critérios de avaliação ambiental e auditar o seu desempenho.

Redução dos impactos ambientais

- Reduzir as emissões de gases e as descargas líquidas.
- Eliminar os desperdícios e a dispersão de substâncias tóxicas.
- Aproveitar os desperdícios dos processos de produção para trocar com outras empresas que os valorizam.
- Reformular o modo de produção dos produtos tornando-os mais eficientes e menos agressivos para o ambiente.
- Repensar o embalamento dos produtos, transporte e modelo de distribuição.
- Promover a utilização de tecnologias limpas e de práticas adequadas à gestão de resíduos.
- Estabelecer critérios ambientais e aferir os riscos ambientais na análise de projectos de empresas com as quais estabelece parcerias e/ou colaborações.
- Apostar na inovação como meio de criação de progresso económico, desenvolvimento social e boas práticas ambientais.
- Assumir a eco-eficiência como um ponto de referência de gestão e competitividade.
- Medir o impacto da sua actividade nos *stakeholders*.
- Assumir perante os consumidores um compromisso com as boas práticas ambientais, informando-os das iniciativas tomadas pela empresa com esse objectivo.

EXEMPLOS DE BOAS PRÁTICAS ECOLÓGICAS NA EMPRESA

As boas práticas sectoriais produzem efeitos transversais, beneficiando todas as actividades da empresa. Alguns exemplos:



Energia

A produção de electricidade está associada à emissão de poluentes para a atmosfera. Cerca de 60% da electricidade consumida em Portugal é gasta nas habitações, escritórios e comércio. É fundamental:

- Conhecer o comportamento energético das instalações da empresa. Evitar desperdícios diminui a factura da electricidade.
- Definir metas semestrais/anuais para o consumo de energia.

Como reduzir o consumo de energia:

- Sempre que possível, utilizar iluminação natural.
- Utilizar lâmpadas de baixo consumo.
- Investir em equipamentos eficientes e menos energívoros.
- Fazer a manutenção regular dos equipamentos eléctricos.
- Regular a temperatura do ar condicionado.
- Definir metas semestrais/anuais para o consumo de electricidade.

Sensibilizar os colaboradores para:

- Apagarem as luzes, desligarem o ar condicionado, o computador e outros equipamentos quando fazem pausa para o almoço e/ou terminam o dia de trabalho.
- Não ligarem o ar condicionado com portas ou janelas abertas.

Água

A qualidade da água no Mundo deteriora-se ano após ano, principalmente por causa das indústrias e produções agrícolas que usam agroquímicos. Um dos maiores problemas é a poluição e contaminação das águas. Os oceanos são invadidos por milhões de toneladas de lixo e os rios contaminados com dejectos industriais e esgotos. E há, também, desperdícios que podem ser evitados.

O que pode a empresa fazer?

- Efectuar a manutenção das instalações, tendo especial atenção a qualquer fuga. Um buraco de 2 mm num cano é quase imperceptível mas pode provocar um desperdício de mais de 3000 litros de água diários. Uma torneira que pingue uma gota de 2 em 2 segundos representa um desperdício de cerca de 1500 litros mensais.
- Embora a dimensão da empresa seja determinante para verificar a sua eficácia, pode valer a pena investir em sensores nos banheiros.
- Instalar autoclismos com doseadores de descarga.

- Monitorizar semanalmente o consumo de água e identificar os desperdícios.
- Definir metas semestrais/anuais para o consumo de água.
- Reutilizar a água para usos menos exigentes (rega, lavagem de pavimentos, etc.).
- Evitar a contaminação da água.
- Não despejar cinzeiros, restos de tintas, vernizes, insecticidas, óleos e outros produtos químicos na sanita ou nos ralos.
- Sensibilizar os colaboradores para a necessidade de pouparem água através de acções de sensibilização internas.

Consumíveis

A redução dos consumíveis, como o papel, evita o corte desnecessário de árvores, preservando as florestas. Alguns passos a dar para a sua redução:

- Eliminar, ou reduzir, o desperdício de papel, toners e tinteiros.
- Sempre que possível, evitar fotocopiar ou imprimir documentos.
- Imprimir e fotocopiar nos dois lados da folha.
- Utilizar papel e consumíveis reciclados.
- Reutilizar as embalagens de cartão.
- Evitar o desperdício.

Tratamento de resíduos

- Respeitar a legislação em vigor sobre o tratamento de resíduos.
- Não recolher, transportar, armazenar ou abandonar resíduos em áreas ou instalações não autorizadas.
- Efectuar o armazenamento respeitando as normas de segurança, de modo a evitar riscos de derrame, incêndio ou explosão.

Reciclagem

Reciclar é poupar. É criar, a partir dos resíduos, nova matéria-prima para produzir novos materiais, poupando recursos naturais e energéticos. Ou seja, criar coisas novas a partir de coisas velhas e sem préstimo.

O que pode reciclar?

Papel, vidro, plástico, madeira, pet [plástico], pilhas, resíduos orgânicos, material electrónico, tinteiros, borracha, óleos, alumínio, cabedais, etc.

Como reduzir os lixos e desperdícios?

Além de evitar desperdícios, nunca esqueça que um bom critério de escolha é a durabilidade dos produtos. Há muitos produtos que podem ser total ou parcialmente reutilizados, o que pode constituir outro critério de escolha. É o caso, por

exemplo, das pilhas recarregáveis ou dos detergentes e produtos de higiene com recargas que permitem a reutilização das embalagens.

Como reutilizar?

- Comprar produtos reciclados! Só assim se fecha o círculo da reciclagem.
- Revalorizar os subprodutos fazendo o aproveitamento dos desperdícios dos seus processos para trocar com outras empresas que os valorizam.

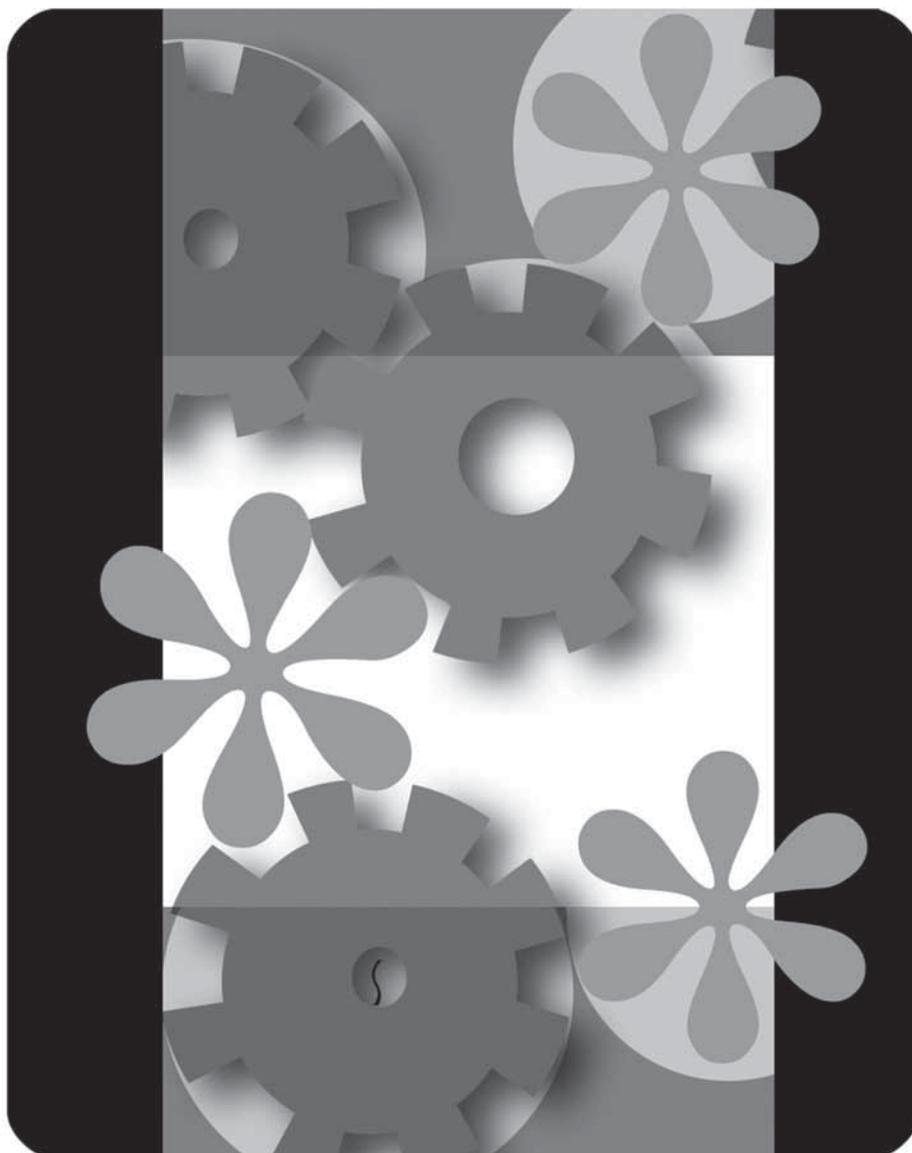


A SUSTENTABILIDADE COMO UMA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO

O primeiro objectivo da sustentabilidade é conseguir um bom negócio. A eco-eficiência é o modelo de gestão que potencia:

- Boas oportunidades de negócio.
- Benefícios económicos.
- Responsabilidade ambiental.
- Aumento da competitividade.
- Oportunidades de inovar.
- Novas formas de satisfazer as necessidades dos clientes.
- Redução do consumo intensivo de material e energia.
- Remodelação da procura e da oferta.
- Aumento dos lucros.

Os empresários sabem que o desenvolvimento sustentável assume uma importância fulcral para qualquer empresa moderna e a breve prazo tornar-se-á imprescindível para a sua sobrevivência. Esta certeza leva a que as empresas tenham de assumir alguns comportamentos que demonstrem claramente que estão comprometidas com um modelo de gestão sustentável.





Vejamos alguns exemplos:

- Inovação e investimento em novos produtos e serviços menos agressivos para o ambiente.
- Crescimento e criação de riqueza, aprendendo a valorizar o activo ambiental.
- Ganhar credibilidade junto da opinião pública de modo a tornarem-se pólos impulsores da sustentabilidade a nível local e nacional.
- Adquirir capacidade de se auto-regularem.

Ao adquirir novas práticas e comportamentos a empresa vai colher igualmente vantagens competitivas:

Prevenção de riscos

Fica melhor preparada para prevenir riscos e antecipar contratempos que possam resultar da sua actividade, com consequente impacto negativo na sua imagem e credibilidade.

Redução dos custos

Ao reduzir o consumo de recursos naturais e reduzir a produção de resíduos, a empresa alcança economias significativas na sua operacionalidade e pode ainda, em alguns casos, beneficiar de reduções de custos no acesso ao crédito bancário.

Maior valorização da marca

Uma empresa atenta às necessidades e apetências dos consumidores, que aposte na inovação, assume uma posição privilegiada face à concorrência, o que aumenta o valor da marca.

Mais reputação, melhor imagem

A maior credibilidade gera um aumento de confiança por parte dos consumidores e restantes *stakeholders*, o que lhe permite agarrar novas oportunidades.

Melhor performance económica e financeira

Como resultado de todos os aspectos anteriores, a empresa obterá melhores resultados e mais garantias de sucesso comercial e empresarial.

COMO CONSTRUIR UM PROJECTO?

Qualquer projecto contempla graus de dificuldade variáveis, mas um projecto de sustentabilidade envolve uma forma de gestão participada para a qual nem todas as empresas estão preparadas. Por isso, é fundamental ponderar antes de tomar uma decisão. Uma vez assumida a decisão, vejamos os principais passos a seguir:

Trabalhar em equipa

Trabalhar com uma equipa interdisciplinar que responsabilize as chefias de topo e intermédias envolvendo, sempre que possível, trabalhadores de todos os sectores. É uma forma de quebrar resistências e envolver todos os colaboradores.

Analisar e fazer o ponto da situação

Cruzar os indicadores com as diversas áreas da empresa no intuito de determinar as áreas de actuação que possam melhorar o desempenho da empresa no âmbito da sustentabilidade. Auscultar opiniões a nível interno e externo (recorrendo, se necessário, ao apoio de uma empresa) de modo a inventariar obstáculos e detectar problemas.

Definir objectivos e metas

Traçar os objectivos a atingir a curto e médio prazo, definir os indicadores e as metodologias de avaliação. Só assim será possível ter regularmente uma perspectiva das correcções a introduzir para alcançar os objectivos.

Planear

Não é necessário começar com um plano muito ambicioso, o importante é que este contemple as vertentes ambientais, económicas e sociais da sustentabilidade.

Comunicar

Um projecto deste tipo implica uma mudança de atitudes, procedimentos e metodologias de trabalho. É por isso importante que todas as partes envolvidas sejam bem esclarecidas acerca dos objectivos que a empresa se propõe atingir para que todos sintam a importância da sua quota-parte de responsabilidade no cumprimento desses objectivos.



