



# A sustentabilidade como estratégia de empresas brasileiras exportadoras



## INTRODUÇÃO

**Este artigo analisa a sustentabilidade** como fator agregado e obrigatório às políticas governamentais, bem como às empresas que transacionam no cenário internacional. Ao final, é trazida uma proposta pragmática para este problema global. Para a construção deste trabalho, foram utilizadas consultas ao Conselho Federal de Administração, Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio (MDIC), Banco do Brasil e a experiência do autor no mercado internacional.

## A SUSTENTABILIDADE COMO FATOR DE CRESCIMENTO ECONÔMICO DAS NAÇÕES E EMPRESAS

O termo *sustentabilidade* está em evidência nos últimos anos, mas, curiosamente, pode ter dois significados distintos: um deles relacionado ao cuidado do meio ambiente e outro ligado ao universo financeiro.

Muitas empresas e instituições de ensino têm utilizado o termo para designar a gestão financeira de um negócio. Como sugere a frase “em breve o meio ambiente vai definir o crescimento econômico”, de Achim Steiner, diretor executivo do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma), a gestão ambiental deve ser vista não só do ponto de vista de ecologistas e ambientalistas, mas também na ótica contemporânea de governos e empresas, que devem incorporar, em seu dia-a-dia, políticas e práticas que visem à preservação da natureza e o crescimento sustentado.

De um lado temos governos preocupados com a opinião pública e, de outro, organismos internacionais que podem influenciar direta e indiretamente as políticas sociais e mesmo econômicas, se houver implicações relacionadas a dívidas internacionais e respectivos serviços.

As empresas perceberam que podem se diferenciar de concorrentes utilizando práticas que visam à otimização de recursos não renováveis. Durante muitos anos, houve a preocupação de contribuir financeiramente com programas relacionados ao meio ambiente. Atualmente, são práticas comuns a divulgação da

utilização de novas tecnologias e a oferta de produtos ou serviços politicamente corretos. Pensando desta forma, as empresas conseguem uma exposição positiva perante os diferentes grupos de interesse e, ao mesmo tempo, reduzem custos, despesas e processos.

A incorporação de uma filosofia voltada para a sustentabilidade produtiva pode trazer uma série de benefícios para a empresa e consumidores, influenciando toda a cadeia de valores (*input, throughput e output*).

Assim, a International Organization for Standardization (ISO), que congrega mais de cem países, regula por meio da ISO 14000, normas que buscam a redução da carga de poluição gerada pelas empresas no sistema produtivo, bem como dos desperdícios de matéria-prima. No Brasil, todo o processo de certificação é gerenciado pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). As empresas que atendem às normas recebem uma certificação de validade mundial. Portanto, além do diferencial competitivo, a empresa pode obter ganhos por meio da economia de escala e produtividade, obtidos nos processos de produção.

As empresas perceberam que podem se diferenciar de concorrentes utilizando práticas que visam à otimização de recursos não renováveis.

Face ao exposto, nota-se, então, a impropriedade da afirmação de Allan Cohen, reitor da escola de negócios Babson College, que acredita que a preocupação socioambiental obedece a ciclos e pode, futuramente, não mais existir. A conjectura de Cohen se baseia no fato de que as empresas tendem a adotar uma gestão relacionada a custos e, conseqüentemente, dependendo da situação e do contexto econômico, avaliariam e cortariam as despesas relacionadas ao meio ambiente. A bem da verdade, práticas que contribuem para o bem-estar ecológico e ambiental podem ser incorporadas no dia-a-dia das empresas, trazendo a otimização de recursos, bem como a visibilidade espontânea para os públicos interno e externo, envolvendo desde a aplicação dos tradicionais 5 S's, coleta seletiva de resíduos ou práticas mais pontuais que analisaremos a seguir.

## A SUSTENTABILIDADE NO CENÁRIO EXPORTADOR BRASILEIRO

O conceito de pagamento de serviços ambientais (PSA) não é novo. Um de seus melhores exemplos é o tratamento da água da cidade de Nova York, que adotou, preventivamente, há décadas, práticas que desoneram a cidade e o contribuinte de impostos.

No Brasil, foi enviado em junho de 2009 um projeto de lei que cria o Programa Federal de Pagamento por Serviços Ambientais, que institui o Fundo Federal de Pagamento por Serviços Ambientais, visando à remuneração de agricultores e pecuaristas que preservam o meio ambiente, principalmente as áreas de mananciais. Existe, portanto, um modo de terceirizar a preservação do meio ambiente.

Essas mesmas práticas podem ser, na verdade, incorporadas como diferenciais competitivos em produtos exportados por empresas nacionais, com a emissão de certificação específica e aval de entidades governamentais.

Ampliando a análise, boa parte do PIB brasileiro origina-se de produtos e serviços do *agribusiness*. Paradoxalmente, em sua maioria, as técnicas adotadas no setor não se pautam pela ótica da preservação do ambiente e da utilização de procedimentos politicamente corretos. O conceito de sustentabilidade não foi totalmente incorporado à cadeia de valores e relacionamentos (o antes, durante e depois da porteira), que envolve desde a produção e comercialização de fertilizantes, empréstimos financeiros, sementes, manutenção, colheita e até a comercialização.

Por outro lado, os ambientes de negócios e corporativo podem trazer importantes contribuições para o contexto da sustentabilidade, tais como: a adoção de pallets de materiais que substituam os de madeira; a utilização de energia limpa, sempre que possível; e a redução na utilização de embalagens que agridem a natureza, com sua substituição pelo bioplástico, que possui ótima durabilidade e, quando descartado, se biodegrada num período de quatro a seis meses.

A Natura Ekos, por exemplo, projeta a sustentabilidade internacional a partir do conceito de que os insumos obtidos nas florestas brasileiras são extraídos de forma justa, contribuindo para a sociedade. De maneira análoga, a multinacional inglesa Lush propõe que a maior parte dos componentes de seus produtos seja de origem orgânica e natural, privilegiando extratos naturais e produzidos de forma artesanal.

Pensando desta forma, pode-se incorporar o conceito da sustentabilidade em quase todos os produtos que exportamos. No caso do frango, por exemplo, a utilização de insumos e técnicas que não agridem a natureza; tanto as rações quanto a criação e o abate podem contribuir para a diminuição dos impactos ambientais; as embalagens de proteção, transporte e exposição podem ser



de materiais biodegradáveis. Desta forma, todo o conceito será incorporado ao processo e os resultados obtidos de forma sustentável.

## RECOMENDAÇÕES PARA MANTER A SUSTENTABILIDADE DO PLANETA

Programas de conscientização são importantes no sentido de alertar e procurar novas respostas ao problema. Entretanto, por vezes, a conscientização não está associada diretamente a ações pragmáticas que consigam a convergência necessária para a solução de problemas no tempo esperado. Como exemplo, temos o cinto de segurança na cidade de São Paulo. Sempre ocorreram programas de conscientização, mas, às vezes, a população se esquecia de utilizá-lo, o que implicava em maior gravidade nos acidentes. A partir da implantação da lei, a utilização obrigatória contribuiu significativamente para a redução da mortalidade e do número de acidentes graves de trânsito.

Desta forma, é importante que o problema da sustentabilidade do planeta seja debatido e inovações sejam realizadas. Entretanto, temos o relógio como um dos principais inimigos. O autor deste artigo gostaria de recomendar a cobrança de um imposto sobre todas as exportações dos países pertencentes à Organização Mundial do Comércio (OMC). O imposto seria cobrado de todos, e dessa forma oneraria proporcionalmente, de acordo com a participação do país no comércio internacional; assim, países mais industrializados pagariam mais e os menos favorecidos menos impostos. O resultado financeiro seria transferido para um fundo internacional e replicado em programas que visem à sobrevivência do planeta. E

### EDMIR KUAZAQUI

Doutor e mestre em Administração (linhas de pesquisa: Marketing, Recursos Humanos e Comércio Exterior). Pós-graduado em Marketing e professor da ESPM. Autor de livros, consultor e presidente da Academia de Talentos.