



RUMO À PRÁTICA EMPRESARIAL SUSTENTÁVEL*

■ **Maria Tereza Saraiva de Souza**

Bacharel, Mestre e Doutoranda em Administração de Empresas pela EAESP/FGV.

* **RESUMO:** Este artigo discorre sobre os principais aspectos da temática meio ambiente, procurando apontar a preocupação ecológica como uma variável macro-ambiental a mais a ser considerada no planejamento estratégico das empresas. Procurou-se compreender o processo de adaptação das empresas no Brasil aos novos valores de preservação do meio ambiente, através de exemplos de medidas que vêm sendo adotadas em resposta aos apelos das organizações internacionais, do governo e da sociedade.

* **PALAVRAS-CHAVE:** Gestão ambiental, desenvolvimento sustentável, tecnologia limpa, ecobusiness, marketing verde, reciclagem.

* **ABSTRACT:** This article discusses about the principal points relatively to the theme environmental looking to point out the ecological worries as a macro-ambiental variable to be also considered in the strategical planning of the enterprises. We tried to understand the process of adaptation of the enterprises in Brazil to the new values of preservation of environmental, through adopted attitudes answering the pressure of the international organizations the government and the society.

* **KEY WORDS:** Environmental management, sustentable development, clean technological, ecobusiness, green marketing, recycling.

* Artigo baseado na dissertação de mestrado apresentada ao Curso de Pós-Graduação da EAESP/FGV.

INTRODUÇÃO

A variável ambiental de grande destaque para as empresas na década de 90 é a preservação do meio ambiente. Essa afirmação baseia-se no destaque que vem sendo dado ao tema nos encontros e fóruns internacionais de empresários, na criação do Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável e, principalmente, nas ações desenvolvidas pelas empresas no que diz respeito à preservação da natureza.

A defesa do meio ambiente deixou de ser apenas assunto de ecologista e passou a ter grande relevância nas estratégias empresariais. Algumas empresas estão procurando mudar a filosofia de satisfação das necessidades do consumidor, objetivando uma melhor qualidade de vida para a sociedade, buscando solucionar os problemas ambientais e, ao mesmo tempo, explorar as oportunidades do *ecobusiness*. A preservação do meio ambiente converteu-se em um dos fatores de maior influência da década de 90, com grande rapidez de penetração de mercado.

No Brasil, muitas empresas estão se ajustando para atender aos apelos de proteção do meio ambiente, apresentando soluções para a redução do impacto de suas atividades no meio ambiente e o uso adequado dos recursos naturais, descobriram que não agredir o meio ambiente é economicamente viável. Assim, começam a apresentar soluções para alcançar o desenvolvimento sustentável e ao mesmo tempo aumentar a lucratividade de seus negócios.

O ASPECTO ECONÔMICO DA PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE

Do pós-guerra até fins da década de 60, o debate sobre crescimento econômico restringiu-se aos indicadores de crescimento de produto real ou crescimento do produto real *per capita*. Assim sendo, os países desenvolvidos eram aqueles que possuíam maior taxa de crescimento da renda *per capita*. Os termos desenvolvimento e crescimento eram usados de forma indistinta. Não obstante, o avanço do debate trouxe como corolário a necessidade de distinguir os dois termos.¹

Hoje, crescimento econômico é entendido como o crescimento contínuo do produto nacional em termos globais ao longo do tempo, enquanto desenvolvimento econômico representa não apenas o crescimento da produção nacional, mas também a forma como esta é distribuída social e setorialmente. O desenvolvimento econômico passou a ser complementado por indicadores que expressam a qualidade de vida dos indivíduos: diminuição dos níveis de pobreza, desemprego e desigualdade; elevação das condições de saúde, nutrição, educação e moradia.²

Observa-se que a evolução do termo crescimento econômico para desenvolvimento econômico incorporou outros aspectos objetivando indicar a melhoria da qualidade de vida. Mesmo assim, o termo desenvolvimento econômico não considera o estado de depleção dos recursos naturais.³

Somente no final da década de 60 e no início da década de 70 surge um grupo que critica as tendências da sociedade industrial. Estas críticas voltavam-se para os efeitos prejudiciais ao meio ambiente decorrentes da atividade industrial e do crescimento econômico.

Em 1970, reuniu-se o Clube de Roma alertando as autoridades para o problema do desenvolvimento econômico, e em 1971 publicou um informe denominado "Limites do Crescimento".

O estudo em questão mostra que, a persistir as taxas de crescimento demográfico e econômico do mundo, efeitos catastróficos ocorrerão em meados do próximo século, tais como: envenenamento geral da atmosfera e das águas, escassez de alimentos, bem como o colapso da produção agrícola e industrial, decorrentes da crescente escassez e esgotamento dos recursos naturais não-renováveis. Recomenda o Clube de Roma, entre outras medidas, a contenção do crescimento através de uma política mundial, visando ao estado de equilíbrio e crescimento zero – que permita um balanço entre a população do globo e a capacidade de produção do planeta na medida das necessidades de sustentação.⁴

As conclusões sobre o impacto ecológico dos trabalhos sobre os limites do crescimento, "a insatisfação com o consumismo, a desigualdade intrínseca ao processo de in-

1. MILONÉ, Paulo César. Teoria do desenvolvimento econômico. In: PEREIRA, Wladimir. *Manual de Introdução à economia*. São Paulo: Saraiva, 1981, p. 334.

2. Idem, *ibidem*, p. 335.

3. A esse respeito ver: EHR-LICH, Paul R. *População, recursos, ambiente: problemas da ecologia humana*. São Paulo: Polígono, 1974, p. 385-8.

4. MEADOWS, Donella H. *Limites do crescimento*. São Paulo: Perspectiva, 1973.

ustrialização – à escala mundial e dentro de muitos países – têm levantado dúvidas sobre o futuro da civilização industrial em suas atuais características. O avanço tecnológico vem apresentando deseconomias e riscos. As estruturas sociais e industriais deixam transparecer suas deficiências e insatisfações.”⁵

Estas questões levaram alguns autores a tecerem suas críticas ao desenvolvimento econômico convencional. De acordo com Brown⁶ o pensamento econômico convencional não tem oferecido respostas plausíveis à saúde dos ecossistemas biológicos que servem de suporte à economia. Por essa razão, “deve-se fazer ajustes em nossos padrões de consumo, política demográfica e sistema econômico se quisermos preservar os fundamentos biológicos da economia”.

O desenvolvimento econômico gerou uma escassez a qual Ophus⁷ denominou de escassez ecológica. Segundo o autor, a “escassez ecológica é um conceito abrangente que compreende os vários limites que a natureza impõe ao crescimento econômico, bem como os custos sociais associados a estes limites (...) Os limites relativos aos custos energéticos e aos recursos minerais não renováveis, e, sobretudo, os limites da biosfera às atividades tecnológicas do homem”.

Para outros autores a eficácia dos mecanismos de mercado para lidar com a questão da escassez ecológica é contestável, pois o setor privado apropriou-se dos bens naturais de modo a obter lucro sem interesse em modificar o sistema produtivo para remediar ou limitar os danos causados ao meio ambiente.⁸

“O sistema de preços na economia de mercado simplesmente não capta os custos ambientais da atividade econômica. Uma floresta destruída que deu lugar a uma fábrica de alumínio aparece nas estatísticas como ganho para a sociedade, até aumento de renda per capita. Assim, pode-se afirmar que a racionalidade privada não bate com a racionalidade social, além dos custos ecológicos serem termos estranhos ao vocabulário econômico”.⁹

Na década de 80, são criados alguns mecanismos econômicos com o objetivo de solucionar a pressão do desenvolvimento econômico sobre a natureza. São quatro os principais instrumentos que vêm sendo discutidos e adotados, a saber: Imposto sobre Poluição, Cotas sobre Emissão de Poluentes, Conversão da Di-

vida em Investimentos na Natureza e Contabilização dos Recursos Naturais.

O primeiro mecanismo, o Imposto sobre Poluição serve para corrigir uma imperfeição de mercado – a ausência de um preço que retrate corretamente o custo de recursos esgotáveis empregado na produção de bens e serviços – reprimindo, assim, o uso excessivo e descuidado dos recursos ambientais escassos.¹⁰

“A ausência de um preço apropriado para alguns recursos escassos (como ar puro e água potável) levou a sua superutilização resultando em algo que os livros chamam de ‘falha de mercado’. Um produtor, por exemplo, cuja fábrica despeja fumaça sobre uma área residencial vizinha está gastando um recurso escasso: ar puro. Em outras palavras, o produtor está impondo custos efetivos a todos aqueles que precisam viver com ar poluído. Mas a empresa não precisa arcar com estes custos de forma análoga ao que acontece com outros recursos – trabalho, matérias-primas – de que faz uso. Enquanto os preços do trabalho e insumos estimulam a empresa a economizar em seu uso, não existe tal incentivo para que controle suas emissões de fumaça. Sempre que um recurso escasso torna-se disponível sem ônus (como é o caso de nossas reservas de ar puro e água potável, de livre acesso individual) é provável que sua utilização seja excessiva. Produtores e consumidores igualmente devem ser obrigados a suportar os custos que suas atividades impõem a terceiros, se pretendem que tais atividades sejam ajustadas em função de tais custos”.¹¹

Os pesquisadores afirmam que é fácil mostrar, em termos de análise microeconômica, que se este imposto for fixado em nível igual ao do valor dos prejuízos decorrentes de uma unidade adicional de emissão, as fontes emissoras terão incentivo adequado para controlar suas descargas poluidoras. A análise econômica então sugere a necessidade de tributar a poluição para que se corrija esta “falha” no sistema de mercado competitivo.¹²

O princípio do imposto sobre poluição, parte da concepção básica de que os agentes poluidores devem ressarcir a sociedade pela destruição provocada. Se não se evita a poluição, evita-se, pelo menos, que os custos de produção sejam encobertos e que a sociedade venha posteriormente a pagar por eles. Paralelamente, cria-se uma fonte para financiar

5. BUARQUE, Cristovan. *O colapso da modernidade brasileira e uma proposta alternativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1991, p. 42.

6. BROWN, Lester R. *Por uma sociedade viável*. Rio de Janeiro: FGV, 1983, p. 37.

7. GARCIA, Ramon Moreira. *Contribuição à formação de políticas públicas relativas ao meio ambiente*. São Paulo: FGV, 1989, p. 10 (Relatório de Pesquisa, 45).

8. BIOLAT, Guy. *Marxismo e meio ambiente*. Lisboa: Seara, 1977, p. 73.

9. FONSECA, Eduardo Gianetti da. *Crescimento econômico, liberdade e natureza*. Debate sobre questão ambiental de um ciclo de estudo promovido pela FEA/USP.

10. OATES, Wallace E. Deveria a poluição ser tributada. *Economic Impact*, Rio de Janeiro, v. 65, p. 27-31, 3º trimestre, 1989.

11. Idem, ibidem.

12. Idem, ibidem.

novas pesquisas e subsidiar o uso de formas alternativas menos poluentes, até que elas se tornem economicamente viáveis.

Ao invés de tributar as emissões nas fontes, as autoridades ambientais criaram um segundo mecanismo: emitir um número limitado de permissão, ou seja, autorizar Cotas de Emissão de Poluentes. Cada país, região ou indústria teria uma taxa de emissão predeterminada. Essa taxa poderia ser negociada, ou seja, as fontes estariam livres para comprar e vender as permissões de emissão.¹³

Nos EUA, a Agência de Proteção Ambiental já realizou alguns avanços em direção a um sistema de permissões transferíveis, através de seu Programa de Negociação de Emissão para o Controle de certos poluentes na atmosfera. Alguns estados agora apresentam programas que permitam às partes intercambiar permissões para emissão.¹⁴

A vantagem deste mecanismo, o imposto sobre a poluição, é fornecer às autoridades ambientais controle direto sobre os níveis de emissões através do acompanhamento do número de permissões.¹⁵

É possível que esses dois mecanismos de mercado – o Imposto sobre Poluição e Cotas de Emissão de Poluentes – resolvam em parte a questão da escassez ecológica. Pelo menos dificultarão as empresas de apropriarem-se dos recursos naturais sem arcarem com os custos dos danos causados ao meio ambiente.

O terceiro mecanismo tem como objetivo solucionar a questão da dívida externa nos países em desenvolvimento. Para tanto, os ambientalistas desenvolveram um instrumento chamado Conversão da Dívida em Investimentos na Natureza. Esse procedimento tem como objetivo reduzir os problemas ambientais e, ao mesmo tempo, contribuir para diminuir o ônus da dívida sobre as nações em desenvolvimento. A Conversão da Dívida em Investimentos na Natureza significa a compra de parte da dívida por organizações conservacionistas, com deságio, para resgatá-la em títulos ou em moeda local junto ao Tesouro do país, a ser investido em projetos de conservação da natureza. Através dessa medida torna-se possível promover o desenvolvimento sustentado nos países em desenvolvimento.¹⁶

Até junho de 1991, o WWF, Fundo para a Vida Selvagem Mundial, juntamente com outras organizações de conservação, já haviam feito a conversão de parte da dívida em projetos ambientais dos seguintes países: Bolívia, Equador, Costa Rica, Filipinas, República Dominicana, Madagascar, Polônia, Zâmbia e Sudão. Estes acordos estão sendo expandidos para o Peru, a Argentina e o Brasil.¹⁷

No que concerne à preocupação com a soberania, os projetos de conservação financiados por meio de conversão da dívida não transferem propriedade de terra e repassam os recursos para grupos nacionais de preservação ambiental.¹⁸

*Os agentes poluidores
devem ressarcir a sociedade
pela destruição provocada.
Se não se evita a poluição,
evita-se, pelo menos, que os
custos de produção
sejam encobertos.*

Uma das conseqüências para as empresas dos países que estão convertendo a dívida externa em investimento na natureza é a possibilidade das organizações de conservação, nacionais ou internacionais, passarem a ter um poder de pressão maior junto ao governo local. Este fato pode gerar uma fiscalização mais rigorosa nas empresas feita pelos órgãos que controlam a qualidade ambiental.

O quarto mecanismo, Contabilidade dos Recursos Naturais, foi criado com o objetivo de deduzir os impactos ambientais das contas nacionais, que conduzem ao PIB.¹⁹

As contas da renda nacional, que fornecem a estrutura para a análise do desempenho de uma economia, têm como componente mais conhecido dos dados estatísticos, o Produto Interno Bruto (PIB). Este índice não considera a escas-

13. Idem, ibidem.

14. Idem, ibidem.

15. Idem, ibidem.

16. FULLER, Kathryn, S. Conversão da dívida em investimento na natureza: novo instrumento para a conservação. *Economic Impact*, Rio de Janeiro, v. 65, p. 39-44, 3º trimestre, 1989.

17. MAIMON, Dália. *Ensaio sobre economia do meio ambiente*. Rio de Janeiro: APED, 1992, p. 124.

18. FULLER, Kathryn S. Op. cit.

19. REPETTO, Roberto. O porquê da contabilização dos recursos naturais. *Economic Impact*, Rio de Janeiro, v. 71, p. 41-46, 1º trimestre, 1991.

sez de recursos naturais, assim como o sistema de contas nacionais das Nações Unidas, adotado pela maioria dos países. Como resultado, um país pode exaurir suas reservas naturais, derrubar suas florestas e levar à extinção da vida silvestre sem deduzir esses danos ambientais na contabilidade nacional.²⁰

A ONU já despertou para a necessidade de implementar a contabilidade ambiental, incluindo a degradação dos recursos naturais e do ambiente nas contas nacionais de alguns países. Pesquisa nessa área está sendo realizada em diversos países, entre eles o Brasil. Os EUA já possuem estudos completos de contabilidade ambiental.²¹

A Conversão da Dívida em Investimentos na Natureza e a Contabilidade dos Recursos Naturais são procedimentos que contribuem para realçar a importância da questão ambiental para o setor público. Conseqüentemente, levar-se-á os organismos públicos de controle ambiental a cobrar das empresas medidas efetivas de proteção ao meio ambiente.

O DESPERTAR MUNDIAL DA CONSCIÊNCIA ECOLÓGICA

A Conferência sobre a Biosfera realizada em Paris, em 1968, mesmo sendo uma reunião de especialistas em ciências, marcou o despertar de uma consciência ecológica internacional.²²

Essa Conferência resultou no lançamento, em 1971, do Programa o Homem e a Biosfera, também conhecido como o projeto MAB da Unesco. As atividades do MAB baseiam-se num conceito novo, "conservação para um desenvolvimento duradouro. (...) O trabalho do MAB já não consiste em denunciar as atividades nocivas ao meio ambiente, mas em propor ações capazes de conciliar os imperativos do desenvolvimento com os da preservação do meio natural".²³

O Programa o Homem e a Biosfera e o informe Limites do Crescimento influenciaram na convocação pela ONU de uma conferência mundial sobre problemas ambientais.

A primeira Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente, realizada em Estocolmo em junho de 1972, veio colocar a questão ambiental nas agendas oficiais e organizações internacionais. Foi

a primeira vez em que representantes de governos uniram-se para discutir a necessidade de tomar medidas efetivas de controle dos fatores que causam a degradação ambiental.²⁴

Nesse evento popularizou-se a frase da então primeira ministra da Índia, Indira Gandhi: "A pobreza é a maior das poluições". Foi nesse contexto que os países do sul afirmaram que a solução da poluição não era brevar o desenvolvimento e sim orientar o desenvolvimento para preservar o meio ambiente e os recursos não-renováveis.²⁵

O documento final da Conferência, Declaração sobre Meio Ambiente Humano, resultou numa agenda padrão e numa política comum para a ação ambiental, contendo 23 princípios, entre os quais algumas das teses desenvolvidas pelos países periféricos.²⁶

A partir dessa conferência, quase todas as nações industrializadas promulgaram legislações e regulamentos ambientais. Além disso, criaram ministério ou organismos encarregados do meio ambiente para enfrentar de maneira mais eficaz a degradação da natureza.²⁷

Organizações intergovernamentais incorporaram a questão ambiental em seus programas. Um grande número de ambientalistas e de organizações não-governamentais surgiram em todo o mundo. Os empresários passaram a levar mais a sério os assuntos ecológicos. A conscientização dos cidadãos cresceu e a discussão foi ampliada e aprofundada.²⁸

Entretanto, houve pouco progresso no sentido de resolver as conseqüências para o meio ambiente decorrente do crescimento econômico. Fora isso, o aumento da população e da pobreza dos países em desenvolvimento contribuíam com a deteriorização ambiental.²⁹

A integração dos conceitos meio ambiente e desenvolvimento recebeu um novo impulso com o relatório da Comissão Brudtland, *Nosso Futuro em Comum*. Este relatório alerta as autoridades governamentais para tomarem medidas efetivas no sentido de coibir e controlar os efeitos desastrosos da contaminação ambiental, com o intuito de alcançar o desenvolvimento sustentável.³⁰

Os principais problemas abordados nesse relatório foram desmatamento, po-

20. Idem, ibidem.

21. STERENBERG, Leila. A contabilidade ecológica. *Economia e Desenvolvimento*, Rio de Janeiro, v. 2 n. 22, p. 27, dez. 1992.

22. CALDWELL, Lynton K. Uma política mundial para o meio ambiente. *O Correio*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 3, p. 4-7, mar. 1973.

23. DROSTE, Bernd Von. Para um desenvolvimento duradouro: conservação e desenvolvimento são dois lados da mesma moeda. *O Correio*, Rio de Janeiro, v. 15, n. 12, p. 4-7, dez. 1987.

24. CALDWELL, Lynton K. Op. cit.

25. STRONG, Maurício. O destino da terra está em nossas mãos. *Ecologia e Desenvolvimento*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 15, p. 12-15, maio 1992.

26. GUIMARÃES, Fausto. O Brasil na Conferência de Estocolmo. *Ecologia e Desenvolvimento*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 15, p. 39-41, maio 1992.

27. CALDWELL, Lynton K. Op. cit.

28. STRONG, Maurício. Op. cit.

29. Idem, ibidem.

30. COMISSÃO MUNDIAL SOBRE AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. *Nosso futuro em comum*. Rio de Janeiro: FGV, 1988.

breza, mudança climática, extinção de espécies, crise da dívida, destruição da camada de ozônio, entre outros.³¹

As recomendações da Comissão Brundtland serviram de base para a Conferência sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro, em junho de 1992, por ocasião do 20º aniversário da Conferência de Estocolmo. "O objetivo da Conferência do Rio seria avaliar como os critérios ambientais haviam sido incorporados nas políticas e no planejamento dos países desde a Conferência de Estocolmo."³²

Os documentos resultantes da Rio-92 foram a Carta da Terra (rebatizada de Declaração do Rio) e a Agenda 21.

A Declaração do Rio visa "...estabelecer acordos internacionais que respeitem os interesses de todos e protejam a integridade do sistema global de ecologia e desenvolvimento..."³³

A Agenda 21 dedica-se aos problemas da atualidade e almeja preparar o mundo para os desafios do próximo século. Ela reflete o consenso global e o compromisso político no seu mais alto nível, objetivando o desenvolvimento e o compromisso ambiental. No entanto, para a implementação bem-sucedida desta Agenda é necessário o engajamento e responsabilidade dos governos.³⁴

A Agenda 21 constitui um plano de ação que tem como objetivo colocar em prática programas para frear o processo de degradação ambiental e transformar em realidade os princípios da Declaração do Rio. Esses programas estão subdivididos em capítulos que tratam dos seguintes problemas: atmosfera, recursos da terra, agricultura sustentável, desertificação, florestas, biodiversidade, biotecnologia, mudanças climáticas, oceanos, meio ambiente marinho, água potável, resíduos sólidos, resíduos tóxicos, rejeitos perigosos, entre outros.³⁵

O grande debate, tanto nas reuniões preparatórias como na Conferência do Rio, foi sobre o financiamento da Agenda 21. A quantia de recursos financeiros que os países ricos destinariam anualmente ao financiamento da mesma.³⁶

As áreas-programas que constituem a Agenda 21 são descritas em termos de base para ação, objetivos, atividades e meios de implantação. Ela se desenvolverá ao longo do tempo à luz das mudanças necessárias e circunstanciais, marcan-

do o começo de uma nova parceria global para o desenvolvimento sustentável.³⁷

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O termo desenvolvimento sustentável surge pela primeira vez em 1980, no documento *Estratégia de Conservação Mundial: conservação dos recursos vivos para o desenvolvimento sustentável*. Esse documento foi publicado pela União Internacional para a Conservação da Natureza (UICN), pelo Fundo Mundial de Vida

*Um país pode exaurir
suas reservas naturais,
derrubar suas florestas e
levar à extinção da vida
silvestre sem deduzir esses
danos ambientais na
contabilidade nacional.*

Selvagem (WWF) e pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA).³⁸

De acordo com esse documento "para ser sustentável, o desenvolvimento precisa levar em conta fatores sociais e ecológicos, assim como econômicos; as bases dos recursos vivos e não-vivos; as vantagens e desvantagens de ações alternativas, a longo e a curto prazos."³⁹

Em 1987, a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento elaborou um novo significado para o termo. Para a comissão, desenvolvimento sustentável passa a ser "aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades."⁴⁰

Segundo a comissão, as nações do mundo deveriam incluir em suas políticas ambientais e desenvolvimentistas os princípios que derivam do conceito de desenvolvimento sustentável, a saber:

31. Idem, ibidem, p. 46.

32. GUIMARÃES, Fausto. Op. cit.

33. DECLARAÇÃO DO RIO. *Ecologia e desenvolvimento*. Rio de Janeiro, v. 2, n. 15, p. 26-28, maio 1992.

34. UNITED NATIONAL CONFERENCE ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. Rio de Janeiro, *Agenda 21*, Chapter 1, Preamble. June 14, 1992, p. 1-3.

35. UNITED NATION CONFERENCE ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. Rio de Janeiro, *Agenda 21*, June 14, 1992.

36. BISSIÖ, Beatriz. As dores do parto de um mundo novo. *Ecologia e desenvolvimento*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 15, p. 16-23, maio 1992.

37. UNITED NATIONAL CONFERENCE ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. Op. cit.

38. STARKE, Linda. *Lutando por nosso futuro em comum*. Rio de Janeiro: FGV, 1991, p. 9.

39. Idem, ibidem.

40. COMISSÃO MUNDIAL SOBRE AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. Op. cit.

reativação do crescimento; mudança da qualidade do crescimento; conservação e fortalecimento da base dos recursos; garantia de níveis populacionais sustentáveis; reorientação da tecnologia e administração dos riscos; integração do meio ambiente e da economia nos processos decisórios; reformulação das relações econômicas internacionais; revigoração da cooperação internacional.⁴¹

Baroni fez uma revisão crítica do termo desenvolvimento sustentável apontando as contradições e inconsistências das definições adotadas por alguns autores e organizações mundiais. De acordo com a autora, *"existe uma diversidade de idéias que reflete a falta de precisão na conceituação corrente do termo (...) Há autores que confundem desenvolvimento sustentável com sustentabilidade ecológica - que tem a ver somente com a capacidade dos recursos se reproduzirem ou não se esgotarem -; outros reconhecem que deve haver limites para o crescimento econômico porque ele é insustentável do ponto de vista dos recursos; e outros substituem a idéia tradicional do desenvolvimento pelo do desenvolvimento sustentável, onde a incorporação do adjetivo sustentável à idéia tradicional do desenvolvimento reconhece implicitamente que este não foi capaz de aumentar o bem-estar e reduzir a pobreza, como é sua proposta."*⁴²

A grosso modo, a maior parte dos autores citados por Baroni, sugerem que desenvolvimento sustentável é buscar o fim da pobreza, acrescida da preocupação em reduzir a poluição ambiental e o desperdício no uso de recursos.

A autora afirma ainda que poucos são os autores, como Lelé e Rattner, que perceberam as contradições inerentes ao termo desenvolvimento sustentável.

Lelé argumenta que *"se a busca dos objetivos tradicionais do desenvolvimento minaram a sustentabilidade ecológica no passado, que novos insights sugerem que esta contradição possa ser evitada no futuro?"*⁴³

Já para Rattner, *"a incorporação da dimensão ambiental nas estratégias e projetos de crescimento econômico não é condição suficiente nem para o desenvolvimento sustentável nem para a melhoria de vida dos pobres e desprovidos (...) É necessária a busca de padrões de consumo e produção determinados socialmente, que pode nos levar a fazer avançar o debate sobre o desenvolvimento susten-*

*tável, fugindo das visões normativas e discutindo concretamente suas reais possibilidades de existência."*⁴⁴

Assim, tanto Lelé como Rattner *"apontam para a necessidade de consenso social para definir a sustentabilidade."*⁴⁵

Nesse aspecto, as empresas têm um papel relevante no sentido de contribuir para o consenso social, através de uma prática empresarial sustentável, que significa mudança de valores e de orientação em seu sistema operacional, vislumbrando a preservação do meio ambiente.

GESTÃO AMBIENTAL

O conceito de gestão ambiental não apresenta ainda um significado *stricto sensu*, mas existem algumas propostas às empresas sobre diretrizes práticas feitas pelos representantes de comunidades ambientalistas e organizações internacionais. Os Princípios Valdez⁴⁶, a Comissão Brundtland e a Agenda 21 são documentos que apresentam às empresas medidas efetivas no que diz respeito à preservação do meio ambiente.

As recomendações às empresas pelos Princípios Valdez dizem respeito à proteção da biosfera, uso sustentável de recursos naturais, redução e despejo de resíduos, uso prudente de energia, redução de riscos, comercialização de produtos e serviços seguros, compensação por danos causados, informação ao público e aos empregados sobre acidentes prejudiciais à saúde e ao meio ambiente, criação de cargos de diretores e administradores ambientais e avaliação e auditoria anual.

A Comissão Brundtland, por sua vez, propõe que a estratégia das empresas para o desenvolvimento industrial sustentável deve-se guiar pelos seguintes critérios: criar metas, regulamentos, incentivos e padrões ambientais; tornar mais eficaz o uso dos instrumentos econômicos; fomentar a avaliação ambiental; aumentar a capacidade de lidar com os riscos decorrentes da atividade industrial; e apoiar os esforços internacionais para ajudar os países em desenvolvimento.⁴⁷

Já a Agenda 21 convoca as empresas a uma participação ativa na implementação de seus programas que levarão ao desenvolvimento sustentável. Para a Agenda, as políticas da indústria e do co-

41. Idem, ibidem, p. 52-70.

42. BARONI, Margaret. Ambigüidades e deficiências do conceito desenvolvimento sustentável. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v. 32, n. 2, p. 14-24, abr./jun. 1992.

43. Idem, ibidem.

44. Idem, ibidem.

45. Idem, ibidem.

46. STARKE, Linda. Op. cit. p. 102-3.

47. COMISSÃO MUNDIAL SOBRE AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. Op. cit. p. 244-58.

mércio, incluindo as empresas multinacionais, têm o papel fundamental na redução do impacto no meio ambiente e no uso dos recursos naturais, através de processos de produção eficientes, estratégias preventivas, minimização de desperdícios, tecnologias de produção limpas e procedimentos adequados durante todo o ciclo de vida do produto. Além disso, as empresas devem procurar parceria e cooperação na transferência de inovações tecnológicas em prol do desenvolvimento sustentável.⁴⁸

Segundo, ainda, a Agenda 21, o desenvolvimento sustentável pode ser alcançado com o uso de instrumentos de mercado, no qual os preços de mercadorias e serviços devam refletir os custos ambientais de seus insumos, processos produtivos, uso e reciclagem dos produtos.⁴⁹

De acordo com estes documentos, as empresas devem reconhecer a gerência ambiental como prioridade corporativa e como a determinante-chave do desenvolvimento sustentável, para assegurar que suas atividades não tenham um impacto negativo na saúde humana e no ambiente. É preciso ter possibilidade de estabelecer um balanço do estado e das causas de degradação do meio ambiente, de procurar novas técnicas e processos produtivos, bem como criar medidas preventivas.

DO CONTROLE DA POLUIÇÃO AO USO DE TECNOLOGIAS LIMPAS

A Agenda 21 salienta que um importante caminho na consecução da sustentabilidade ecológica é a melhoria dos sistemas de produção através de tecnologias e processos que utilizam recursos de forma eficiente, evitando refugos. É necessário, portanto, substituir por tecnologias, engenharia, *know-how* e práticas gerenciais que minimizem os refugos durante o ciclo de vida do produto.⁵⁰

Segundo Maimon, a capacitação das empresas em responder às questões ambientais é diferenciada entre países e setores industriais, devido, na maioria das vezes, à pressão do movimento ambientalista e da legislação ambiental.⁵¹

Na década de 70, a política ambiental das empresas dos países desenvolvidos limitava-se a incorporar tecnologias de

depuração face às exigências dos órgãos governamentais de controle.⁵²

A tecnologia de depuração, também conhecida como técnicas de final de linha, não modifica o processo produtivo, apenas incorpora equipamentos antipoluentes aos já existentes. Assim, surge novo mercado para venda de produtos ou serviços para depuração da poluição causada pelas empresas.⁵³

Para evitar o desperdício foi criada uma técnica "de segunda geração, de caráter preventivo, que consiste tanto na introdução de novos processos de produção menos po-

*As empresas devem
reconhecer a gerência
ambiental como prioridade
corporativa e como a
determinante-chave do
desenvolvimento
sustentável.*

luentes, alteração das matérias-primas utilizadas na transformação industrial, como também na modificação do produto final."⁵⁴

Assim, a partir da década de 80, a ênfase passa para o ciclo de vida do produto – desenho, aquisição de matéria-prima, processo de fabricação, destinação do lixo industrial, até a disposição final do produto depois do uso pelo consumidor. Fabricantes, fornecedores, distribuidores, consumidores devem observar os danos que seus produtos causam ao ambiente – em todos os estágios.⁵⁵

A "causa verde" oferece à empresa oportunidades de adicionar valor – e possivelmente obter vantagem competitiva através da percepção pública favorável, economia de custo ou rendimentos adicionais – enquanto alivia os efeitos de seus produtos e processos produtivos no ambiente.

Uma intervenção preventiva, seja na introdução de novos processos produtivos,

48. UNITED NATION CONFERENCE ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. Rio de Janeiro, *Agenda 21*, Chapter 30, Strengthening the role business and industry. June 14, 1992. p. 1-3.

49. *Idem*, *ibidem*.

50. *Idem*, *ibidem*.

51. MAIMOM, Dália. Empresa e meio ambiente. *Tempo e Pressão*, São Paulo, v. 14, n. 261, p. 49-51, fev. 1992.

52. *Idem*, *ibidem*.

53. *Idem*, *ibidem*.

54. *Idem*, *ibidem*.

55. BLUMENFELD, Karen. Focus on environment: managing the product life cycle. *Management Review*, New York, n. 80, p. 30-1, mar. 1991.

vos menos poluentes, seja na alteração das matérias-primas utilizadas na transformação industrial, seja na modificação do produto final, garantiriam a utilização eficaz dos recursos naturais e custariam menos para as empresas.

O MARKETING ECOLÓGICO

A explosão consumista que ocorreu depois de 1950, criou a sociedade do descartável, tendo como principal estratégia a "obsolescência programada". Por conseguinte, as pessoas aprenderam a desperdiçar, a usar e descartar. De roupas a copos, de carros a eletrodomésticos. "As pessoas passaram a ser chamadas não mais de cidadãos mas de consumidores".⁵⁶

Os ambientalistas procuram demonstrar o impacto do marketing sobre o meio ambiente e os custos acarretados por servir aos desejos e necessidades dos consumidores. Reconhecem que mais consumo acarreta mais poluição e maior demanda de recursos naturais. Consideram, ainda, a propaganda o principal responsável pelo consumo exacerbado por induzir as pessoas a comprarem mais do que precisam, forçando as empresas a exaurirem os recursos naturais.⁵⁷

Nos países desenvolvidos, a sociedade está questionando os valores materialistas que a seduziu, mudando seu estilo de vida e pressionando o Estado para tomar medidas efetivas no controle da poluição.

Nos Estados Unidos, os consumidores verdes representam 37% da população, enquanto em países europeus como a Suíça, Alemanha e Inglaterra já são 50%. Na Inglaterra, dois a cada cinco cidadãos vão ao supermercado com uma lista de produtos verdes à mão.⁵⁸

No primeiro ano de publicação o livro *The Green Consumer Guide*, de John Elkington e Julia Hailes, foi o mais vendido no Reino Unido.⁵⁹ Essa mudança de comportamento tem atraído a atenção de um número crescente de empresas, que estão descobrindo as vantagens do marketing ecológico, com maior ou menor consciência.

Em um passado recente, as empresas não estavam preocupadas com as estratégias ecológicas, adotavam uma postura defensiva e reativa no que concerne às leis de proteção ao meio ambiente. De-

rém, face à pressão do consumidor, as empresas estão agindo proativamente, e, em muitos casos, antecipando-se à própria legislação.

As estratégias de marketing adotadas pelas empresas estão sendo moldadas visando à melhoria da imagem, através da criação de novos produtos "verdes" e de ações voltadas para a proteção ambiental. As organizações estão adequando seus produtos às exigências da preservação do meio ambiente, através da utilização racional dos recursos naturais e eliminação de poluentes.

*A década de 90 abre
uma nova era na economia
mundial na qual o
crescimento ecológico será
o centro das atenções
em todos os países
desenvolvidos.*

A preocupação com o meio ambiente trouxe muitas transformações, inclusive nas estratégias de marketing, que vêm evoluindo de uma filosofia de satisfação do consumidor, para melhor qualidade de vida para a sociedade. "Qualidade de vida não no sentido de quantidade e qualidade de bens e serviços de consumo, mas de qualidade do ambiente."⁶⁰

As estratégias de marketing adotadas pelas empresas estão sendo moldadas visando à melhoria da imagem, através da criação de novos produtos "verdes" e de ações voltadas para a proteção ambiental.

O marketing ecológico passou a ser o código-chave, a palavra mágica, e mais do que isso, compromisso e obrigação das empresas que se pretendam modernas e competitivas. As organizações estão adequando seus produtos às exigências da preservação do meio ambiente, através da utilização racional dos recursos naturais e eliminação de poluentes.

56. HARMAN, Willis; HORMANN, John. *O trabalho criativo*. São Paulo: Cultrix, 1990, p. 45.

57. KOTHEP, Philip. *Marketing*. São Paulo: Atlas, 1980.

58. OLIVEIRA, Margarida et al. As oportunidades verdes. *Pequenas Empresas Grandes Negócios*. São Paulo, v. 4, n. 42, p. 26-35, jul. 1992.

59. STARKE, Linda. Op. cit. p. 107.

60. KOTHEP, Philip. Op. cit. p. 568-61.

A consciência ecológica por parte das empresas resultou, também, na "modificação do conceito de qualidade do produto, que agora precisa ser ecologicamente viável. Recente estudo americano concluiu que, no primeiro semestre de 1990, 9,2% dos produtos introduzidos no mercado eram anunciados 'verdes', enquanto, em 1985, estes constituíam apenas 0,5%."⁶¹

"As experiências pioneiras de endosso da ecologicidade do produto, mediante o selo verde, são a alemã, a canadense e a americana. O Ange Bleu, garantido por uma companhia governamental alemã, foi introduzido em 1978 e já alcança 3600 produtos. A experiência canadense Choix Ecologique, lançada em 1988 e efetivada em 1991, é um pouco mais rigorosa: uma comissão analisa todo o ciclo de vida de um produto desde a fabricação até a eliminação. Até junho de 1992 somente 14 produtos ganharão tal aval."⁶²

Nos EUA, os selos ecológicos *Green Cross* e *Green Seal* são endossados por duas organizações privadas. O *Green Cross* foi criado por uma empresa de pesquisa independente para revisar produtos e conceder selos àqueles que alcancem os padrões exigidos pela organização. Os critérios utilizados na análise dos produtos são a embalagem, a biodegradabilidade, a eficiência energética e o uso de recursos sustentáveis. Já o *Green Seal* visa a avaliar os aspectos do ciclo de vida dos produtos e utiliza os mesmos critérios do *Green Cross*. Ambos os programas gozam de grande credibilidade no mercado americano.⁶³ Alguns empresários e agências de propaganda vêm se utilizando do apelo ecológico na publicidade inadequadamente. Para que isto não continuasse ocorrendo foram criadas, em alguns países, leis e entidades que regulam a publicidade com o objetivo de evitar a atrelação de alguns produtos à ecologia, sem que a empresa tenha uma verdadeira preocupação ambiental.

Para não macular sua imagem corporativa e mais tarde não perder mercado – as empresas estão sendo obrigadas a rever suas normas e reavaliar suas estratégias. Este comportamento é mais comum em países desenvolvidos, onde a preocupação ambiental é mais acentuada.

No futuro todos os produtos serão explícita ou implicitamente verdes. Os consumidores do mundo inteiro darão preferência àquelas marcas e produtos

que, além de prestarem os serviços a que se propuseram, também respeitarão a natureza.

ECOBUSINESS

Elkington⁶⁴ expôs em seu livro, *The Green Capitalism*, os caminhos pelos quais inevitavelmente o capitalismo e o ecologismo se encontrariam. Salientou que a tendência mundial ao desenvolvimento sustentável cria novas oportunidades para as empresas, portanto, investir no ambiente é um elemento chave da competitividade.

A relevância da preservação ambiental no meio empresarial manifestou-se através de seminários internacionais e de criação de órgãos responsáveis pela disseminação da prática empresarial sustentável.

Em 1989, foi realizado na cidade suíça de Davos o *World Economic Forum*, seminário que reúne anualmente empresários, financistas e políticos de todo o mundo. Pela primeira vez, discutiu-se neste fórum a necessidade de adequar os planejamentos econômicos à realidade do meio ambiente e introduzir o termo crescimento ecológico no mundo dos negócios, como salientou a primeira Ministra da Noruega, Groll Harlem Brundland. Para o ex-primeiro-ministro francês, Raymond Barre, "a década de 90 abre uma nova era na economia mundial na qual o crescimento ecológico será o centro das atenções em todos os países desenvolvidos."

Em 1991, foi criado o *Business Council for Sustainable Development* (Conselho Empresarial para Desenvolvimento Sustentável), um órgão ligado à ONU, que tem como objetivo engajar a comunidade internacional de empresários nas discussões em torno do desenvolvimento industrial sustentável. Entre os preceitos do *Business Council* estão os de estimular o empresário mundial a cooperar com os governantes na discussão e estabelecimento de metas ambientais e também garantir que o desenvolvimento destas propostas ocorra dentro da economia de mercado.⁶⁵

Uma pesquisa realizada pela *Harvard Business Review* mostrou o interesse manifestado pelos empresários e executivos em relação ao meio ambiente. O índice entre os japoneses é de 44%, entre os alemães 36% e entre os brasileiros 9%.⁶⁶ O merca-

61. MAIMOM, Dália. Op. cit.

62. Idem, ibidem.

63. MAKOWER, Joel; ELKINGTON, John; HAILES, Júlia. *The green consumer supermarket guide*. New York: Penguin Group, 1991, p. 52-53.

64. ELKINGTON, John; BURKE, Tom. *The green capitalism*. London: Gollancz, 1987.

65. SCHMIDHEINY, Stephan. *Mudando o rumo: uma perspectiva empresarial global sobre desenvolvimento e meio ambiente*. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

66. NATUREZA é o negócio da década. *Exame*, São Paulo, v. 23, n. 14, p. 42-49, 10 jul. 1991.

do verde movimentada nos Estados Unidos cerca de US\$ 160 bilhões ao ano, onde mais de 30 mil empresas já foram criadas e pelo menos 5 mil dessas já possuem mais de 50 funcionários.⁶⁷

Algumas das principais empresas do mundo estão tentando assimilar o conceito de desenvolvimento industrial sustentável, tomando medidas para criarem uma nova mentalidade empresarial no que diz respeito à preservação do meio ambiente.

A adoção de tecnologias ou produtos de menor impacto ambiental passou a ser encarada como uma necessidade de sobrevivência das empresas, constituindo um novo mercado e diferenciando a política de *marketing* e de competitividade das empresas. A matriz da Monsanto investiu US\$ 600 milhões entre 1991 a 1992 para reduzir as emissões tóxicas de suas fábricas.⁶⁸ A Shell elaborou seu planejamento ecológico em 1989 por 20 anos, pois acredita que o mundo se tornará, cada vez mais, "verdejantemente paranóico". Um diretor da IBM salientou que "não se trata de escolher entre crescimento econômico e equilíbrio ecológico, mas, sim ambos..."⁶⁹

INICIATIVAS "VERDES" NO BRASIL

O debate sobre meio ambiente no Brasil remonta aos anos 70, época em que entidades ambientalistas começaram a desenvolver um trabalho pioneiro em defesa das reservas naturais, como a Amazônia e a Mata Atlântica. Na década de 80, a consciência ecológica despertou com fenômenos como Cubatão e alcançou os meios de comunicação de massa, ampliando a discussão.

No início da década de 90, devido aos preparativos para sediar a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento e Meio Ambiente, veiculou-se mais informações sobre o assunto e, conseqüentemente, aumentou-se a conscientização da sociedade brasileira. Ao que tudo indica, a partir da Conferência do Rio, a preocupação com o meio ambiente instalou-se de modo definitivo no país, principalmente, no meio empresarial, que despertou para a necessidade de preservar a natureza, reduzindo os efeitos negativos das diversas atividades econômicas.

De acordo com Mário Fortes, responsável pela coordenação no Brasil dos trabalhos do *Business Council for Sustainable Development* apresentados na Eco-92, "a empresa que não se alinhar ao processo do desenvolvimento sustentável vai ficar obsoleta em dez anos."⁷⁰

Os empresários brasileiros criaram a Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável. A entidade reúne 20 empresas – Vale do Rio Doce, Caemi, Varig, Mannesman, Papel Simão, Ripasa, Aracruz, Shell, Suzano, Acesita, entre outras. O objetivo da Fundação é desenvolver projetos e pesquisas para preservação do meio ambiente e a concientização do empresariado para incluir a questão meio ambiente no gerenciamento de suas empresas. Muitas dessas empresas têm apresentado soluções em direção ao desenvolvimento sustentável.

Algumas ações vêm sendo desenvolvidas no Brasil na década de 90. Os jornais e revistas trazem com frequência notícias sobre as medidas adotadas pelas empresas para reduzir a poluição ambiental, bem como o uso irracional de matérias-primas e energia.

Percebe-se que, novas estratégias de negócios estão sendo delineadas, visando ao aperfeiçoamento e modernização tecnológica, imprimindo mudanças no processo de produção, criando, adaptando ou extinguindo técnicas e produtos com o objetivo de seguir as regras das matrizes nos países desenvolvidos, atender às exigências da legislação e dos importadores, melhorar a imagem da empresa diante dos consumidores, aumentar as oportunidades de negócios e os lucros.

As medidas de proteção ambiental estão sendo despertadas, em alguns casos, pelas multinacionais, que transferem para as sedes brasileiras as diretrizes traçadas em seus escritórios centrais. Empresas como McDonald's, Monsanto, Shell, Atlantis, entre outras vêm adotando as mudanças traçadas internacionalmente pelas matrizes.

A indústria automobilística, por sua vez, tem sido obrigada a introduzir dispositivos de controle de emissão de poluentes nos automóveis, o catalizador, devido à exigência da legislação.

Alguns setores, como das indústrias químicas – exatamente os mais agressivos

67. Idem, *ibidem*.

68. Idem, *ibidem*.

69. STARKE, Linda. Op. cit. p. 94-5.

70. OLIVEIRA, Margarida et al. Op. cit.

vos ao meio ambiente –, foram pioneiros na busca de estratégias empresariais para desfazer a imagem negativa perante a comunidade. A Hoechst foi a primeira indústria química a introduzir no Brasil um incinerador de resíduos sólidos, que queima o lixo industrial prejudicial ao ecossistema. Esta iniciativa foi seguida pela Rhodia, de São Paulo, e pela Bayer do Rio de Janeiro.

As empresas brasileiras com *performance* ambiental são aquelas com maior inserção no mercado internacional onde a globalização dos problemas ambientais estão contribuindo para uma nova postura empresarial. O investimento de controle ambiental deve-se, em alguns casos, às exigências dos clientes internacionais. Os países compradores estão fixando datas limites para solução de emissão de poluentes, eliminação de produtos tóxicos no processo produtivo, instalação de filtros em auto-fornos, bem como comprovantes de que não estão devastando florestas nativas. O receio de muitas empresas é de que a poluição gerada pela fábrica transforme-se em empecilho para suas exportações.

A consciência ecológica no Brasil está abrindo caminho para o desenvolvimento de novos produtos, novas oportunidades de negócios e novos mercados de trabalho, não só no setor industrial, como também no setor de serviços.

Alguns exemplos dessa nova tendência marcam presença cotidianamente na mídia: produtos de limpeza biodegradáveis, herbicidas menos tóxicos, automóveis com injeção eletrônica, veículos movidos a gás natural, agendas e cadernos feitos com material reciclado, embalagens plástica à base de PET. Os resultados estão refletindo tanto na natureza quanto nos balanços financeiros.

Não foram apenas as indústrias que descobriram esse novo nicho de mercado. O comércio, os bancos, o turismo, também estão investindo no mercado verde. No Rio de Janeiro foi inaugurado o Ecomercado. É a primeira loja do país dedicada exclusivamente à venda de produtos cujo processo de produção industrial não gera resíduos tóxicos e a matéria-prima usada em sua fabricação não é obtida à custa da agressão à natureza. Investimento no "ecoturismo" já é

uma realidade na Amazônia onde as grandes redes estão construindo seus hotéis. Os bancos estão financiando projetos que não agredem o meio ambiente.

Todos estes novos empreendimentos estão dando origem a um mercado de trabalho inteiramente novo, ampliando o mercado de trabalho dos ecólogos e das demais profissões voltadas para a preservação ambiental, o qual está sendo ocupado por profissionais especializados em diversas áreas: gerentes, consultores, guias turísticos, advogados, economistas, sociólogos e uma infinidade de outros especialistas em meio ambiente.⁷¹

As empresas brasileiras com performance ambiental são aquelas com maior inserção no mercado internacional onde a globalização dos problemas ambientais estão contribuindo para uma nova postura empresarial.

Estes novos cargos estão sendo criados para atender à necessidade de adaptação das organizações às questões ambientais. Muitas empresas estão criando departamentos encarregados de assuntos ambientais como a Coca-Cola, Shell, Dow Química, Ripasa, Fibra, Rhodia e MBR onde existe o cargo de gerente ou diretor de meio ambiente. Sua função é a de desenvolver estratégias para ajustar a empresa aos novos valores protecionistas. Em casos de emergência alguns têm autoridade para paralisar a produção.

Já existem firmas especializadas em assessoria, consultoria e *marketing* ecológico, com o objetivo de orientar as indústrias no controle da poluição, prestando assessoria de *marketing* e ao mesmo tempo desenvolvendo serviços ligados à ecologia.

71. OS EXECUTIVOS Verdes. Veja, São Paulo, v. 24, n. 36, p. 61-2, 04 set. 1991.

CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A constante pressão dos organismos internacionais, dos meios de comunicação e da sociedade fizeram com que algumas empresas no Brasil se vissem compelidas a implementar programas ambientais.

Os produtos "amigos da natureza" estão sendo legitimados e reforçados pelo processo de comunicação, influenciando as mudanças de atitude do consumidor.

Percebe-se, ainda, o crescimento das preocupações com a questão ambiental sob a forma de esforços ativos por parte do governo, através do incremento das regulamentações governamentais e aumento do controle das empresas poluidoras.

As empresas, que não adotam controle de poluição e desperdiçam recursos naturais, tendem a ressentir-se com regulamentações impostas pela legislação ou pelos órgãos de controle. Principalmente, quando são implementadas muito rapidamente, não permitindo às empresas a realização de ajustes adequados e obrigando-as a absorver grandes custos e transferi-los ao comprador.

Assim, pode-se inferir que produtos e processo de fabricação poluentes, condenados no primeiro mundo, terão poucas chances de sobreviver no Brasil, devido não só às pressões do governo, mas também pelas dificuldades que as empresas encontrarão para colocarem seus produtos nos mercados externo e interno. Além disso, diminuirão as chances para conseguirem financiamentos nos bancos, para produtos que impactam o meio ambiente.

Em vez do crescimento a qualquer preço, muitas empresas nacionais e multinacionais estão começando a praticar alguns princípios do desenvolvimento sustentável, comprovando que essa prática é compatível com o lucro, como também representa a abertura de novas oportunidades de negócios.

Observam-se empresas comprometidas com a questão da proteção ambiental. Esse comprometimento traduz-se numa ética empresarial que traz consequências ao seu sistema de gestão, às estratégias, ao seu processo decisório e à sua estrutura.

Algumas organizações brasileiras estão dirigindo seu P&D para descobrir produtos, embalagens, matérias-primas, fontes energéticas e processos produtivos que não causem danos ao meio ambiente, ou seja, não estão aceitando a poluição ecológica como subproduto.

A compatibilização da atividade industrial com a preservação do meio ambiente é, hoje, uma responsabilidade da qual nenhuma empresa pode fugir. Se antes esta era mais uma questão de consciência dos empresários, hoje a preservação ambiental passou a fazer parte da estratégia empresarial, já que as empresas passam a responder perante a lei e a sociedade pelos danos que vierem a causar ao meio ambiente. Ademais, o controle ambiental passou a ser também uma questão econômica, pois a minimização da geração de rejeitos, acaba trazendo para as empresas benefícios econômicos.

A realização da Eco'92, no Rio de Janeiro, mostrou que a preservação do meio ambiente é um tema que hoje mobiliza a sociedade, no mundo inteiro e o Brasil, como país em desenvolvimento, não pode se furtar a essa realidade. E, como a atividade industrial é um dos fatores de ameaça ao meio ambiente, quando mal conduzida, as empresas têm que assumir o controle ambiental como um dos pontos prioritários em sua estratégia gerencial.

Apesar do otimismo no engajamento das empresas em relação à preocupação ambiental, fica pendente a solução da desigualdade social, responsável pela grande poluição brasileira, a miséria.

Noutras palavras, no Brasil só não há um campo mais fértil para a questão sobre a preservação da natureza porque os problemas econômicos e sociais são muito grandes, da mesma forma como também não há uma maior consciência sobre os direitos do cidadão enquanto consumidor na defesa de sua qualidade de vida.

É necessário que a sociedade brasileira se organize politicamente e exija que a tecnologia de menor impacto ambiental aplicada nos países do primeiro mundo sejam, também, adotadas aqui. Essa organização, entretanto, só ocorrerá com o aumento de informações e com a educação ambiental, únicos fatores que motivarão o consumo de produtos verdes e ampliação desse mercado. □