

## OPINIÃO



Luiz Cláudio Ferreira Castro\*

## Ecologia casa com economia

Ao contrário do passado, quando a degradação do meio ambiente era considerada uma consequência natural do desenvolvimento, ter uma operação ambientalmente amigável é hoje condição essencial para a sobrevivência e o crescimento das empresas. Adotar boas práticas no trato com a natureza e com a vida é bom também para os negócios.

As melhorias de processo em busca da ecoeficácia — como prevenção de poluição na fonte, controle de desperdícios, economia de matérias-primas, água e energia — contribuem significativamente para a redução de custos e melhoram os rendimentos industriais. Além disso, reduzem custos com tratamento de poluentes e resíduos, evitando passivos ambientais que podem até mesmo comprometer processos de fusão e aquisição.

As ações de uma empresa se valorizam quando o investidor percebe que a boa prática ambiental é um fator de prevenção de riscos sobre os seus resultados. Ela evita ocorrências que resultem em perdas de produção, multas de órgãos ambientais, indenizações a terceiros, e até a interrupção parcial ou definitiva de operações. Na mesma linha, investimentos em meio ambiente e responsabilidade social refletem a solidez de uma empresa. Afinal, só aquelas que possuem capacidade produtiva e organização estão aptas a buscar resultados positivos no campo financeiro, social e ambiental.

O bom desempenho ambiental é indispensável também na conquista e permanência nos mercados. Pesquisa do Instituto Ethos, realizada em

2006, mostra que mais de 30% dos consumidores brasileiros orientam suas escolhas de produtos e serviços pelo desempenho ambiental do fornecedor. Esses consumidores ditam uma nova regra pela qual o “ambientalmente amigável” é reconhecido como valor real não apenas nos mercados mais tradicionalmente mais exigentes.

As questões ambientais também estão presentes no acesso a capitais para o próprio crescimento dos negócios. A obtenção de financiamentos no Brasil e no exterior está cada vez mais condicionada à capacidade de a empresa demonstrar responsabilidade ambiental. O objetivo é, obviamente, reduzir o risco do agente financiador, para o qual a geração de passivos ambientais pode, em última análise, comprometer a saúde financeira do tomador.

Por isso tudo, a questão ambiental deve ser vista hoje como parte integrante e indissociável dos negócios das empresas. O novo ambiente exige gestores com uma nova postura. Eles devem saber tocar negócios sustentáveis, em que os investimentos sejam direcionados para melhorias continuadas e consistentes, minimizar impactos ambientais e desenvolver alternativas criativas de reciclagem, redução e prevenção de poluição.

Os gestores em geral precisam se preparar para isso. Afinal, ressurgiu bastante atual o ensinamento dos milenares ideogramas chineses que representam o conceito de crise em que um representa risco e o outro, oportunidade.

\* Gerente-geral de Meio Ambiente da Cia. Siderúrgica Nacional (CSN)