

# *Sustentabilidade: transformando vantagem comparativa em competitiva*



Câmara de Indústria, Comércio e  
Serviços de Caxias do Sul (CIC)

Julho 2012

## **Agenda**

- 1. Sustentabilidade: evolução de conceitos e normatização**
- 2. Sustentabilidade & Competitividade: áreas estratégicas**
- 3. Por uma economia verde**
- 4. E o consumidor?**

# Sustentabilidade: evolução de conceitos e normatização

*1*

# ***O futuro é agora***

## ***Evolução das perspectivas***

### ***Tecnologia***

“Máquinas voadoras mais pesadas que o ar são impossíveis” –*Lord Kelvin, 1895*

### ***Saúde***

“Se fumo excessivo realmente tem um papel na produção do câncer de pulmão, parece que é um papel menor.” –*W.C. Heuper, Instituto Nacional do Câncer, 1954*

### ***Energia***

“Perfurar por petróleo? Você quer dizer perfurar a terra e tentar achar petróleo assim? Você está maluco...” — Associados de Edwin I. Drake recusando a sugestão de procurar por petróleo em 1859

### ***Informática***

“Creio que no mundo inteiro talvez haja lugar para uns 5 computadores no mercado” – Thomas Watson, presidente da IBM em 1943

### ***Ecoturismo***

“A nossa foi a primeira (expedição) e, sem dúvida, será a última a visitar este local sem chances de lucro” – *Ten. Joseph Ives, depois de visitar o Grand Canyon em 1861*

### ***Gênero***

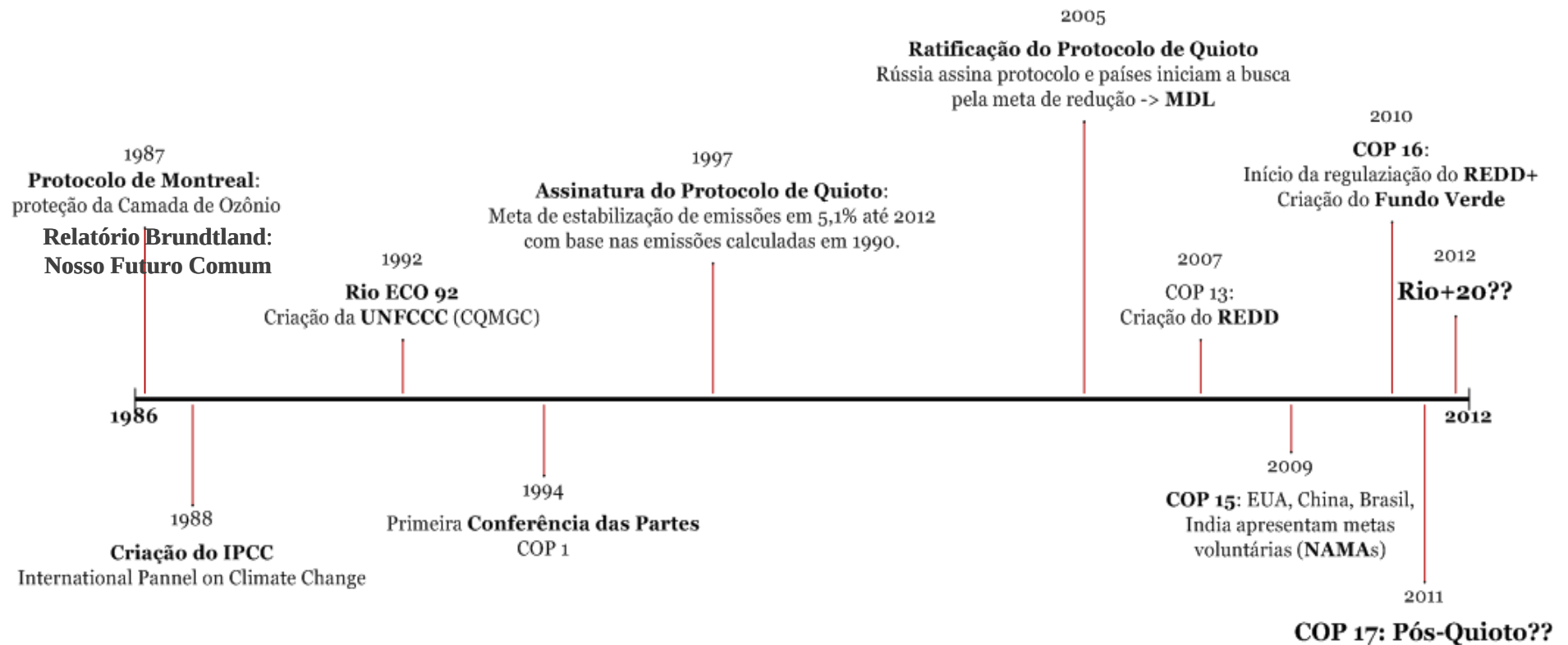
“É melhor você conseguir um emprego de secretária ou se casar.” –*Emmeline Snively, aconselhando a (na época) pretendente a modelo Marilyn Monroe em 1944*

### ***Sustentabilidade***

o **Meio Ambiente** é, sem dúvida nenhuma, uma ameaça ao **desenvolvimento sustentável**, e isso significa que é uma ameaça pro futuro do nosso Planeta e dos nossos países...” – Dilma Rousseff em Copenhagen

# *O futuro é agora*

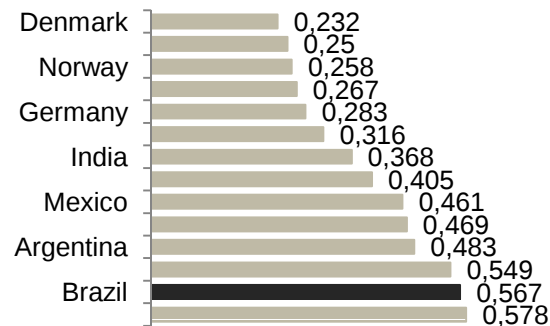
## *Evolução da sustentabilidade*



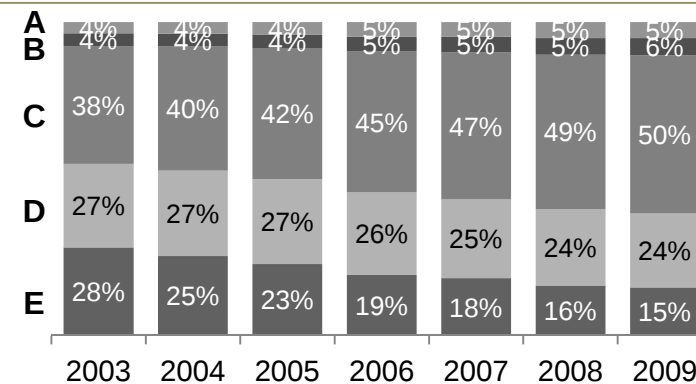
# O futuro é agora

## Evolução da economia no Brasil

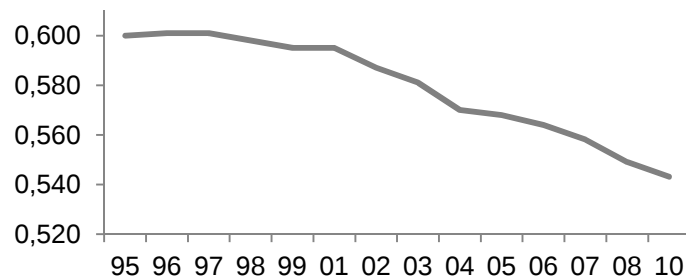
**Coefficiente Gini 2007**



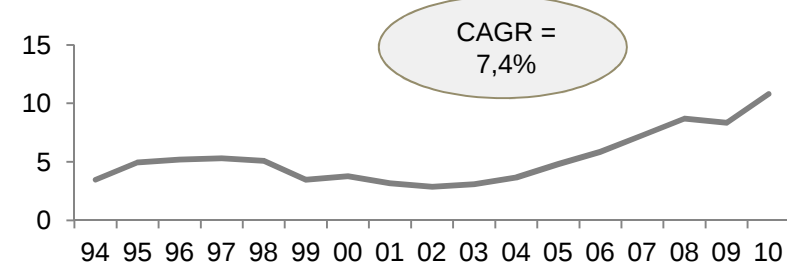
**Evolução das classes econômicas  
% da população**



**Evolução do Coeficiente Gini no Brasil**



**Evolução do PIB per Capita (1000 USD)**



O crescimento econômico, a melhoria na distribuição de renda e mobilidade entre classes sociais resulta no aumento do consumo de recursos naturais: como garantir a melhor utilização dessas riquezas?

# ***O futuro é agora***

## ***Como tomar decisões baseadas em perspectivas futuras***

### **Pela ótica ambiental**

- A Agenda 21 e o PRINCÍPIO DA PRECAUÇÃO, através do Princípio 15 da Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento:

***• “Com o fim de proteger o meio ambiente, O PRINCÍPIO DA PRECAUÇÃO deverá ser amplamente observado pelos Estados, de acordo com suas capacidades. Quando houver ameaça de danos graves ou irreversíveis, a ausência de certeza científica absoluta não será utilizada como razão para o adiamento de medidas economicamente viáveis para prevenir a degradação ambiental”.***

### **Pela ótica administrativa**

- O PRINCÍPIO DA ADMINISTRAÇÃO, através do pai da administração moderna Peter Drucker:
  - “O planejamento de longo prazo não lida com decisões futuras, mas com o FUTURO DAS DECISÕES PRESENTES”.***

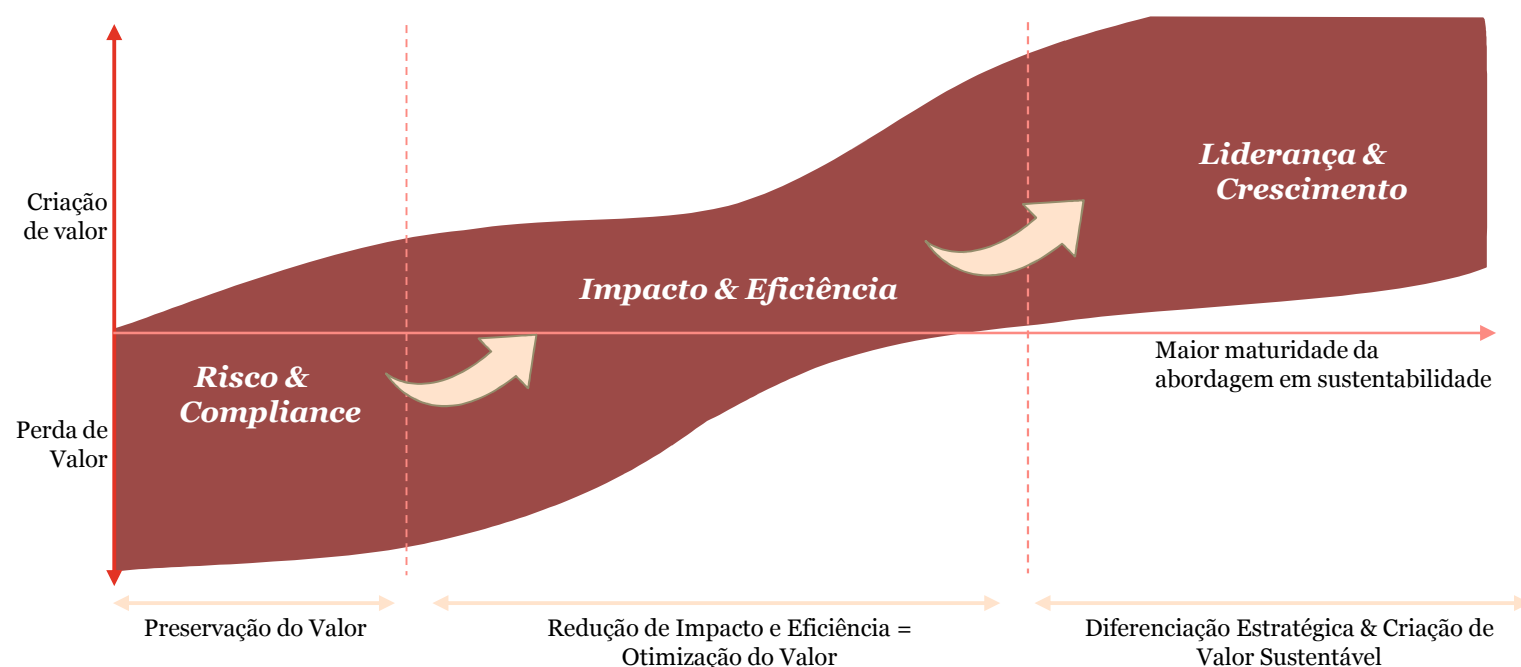
# ***Sustentabilidade***

## ***Conceitos envolvidos***

***...ROTATIVIDADE, EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA, FORNECEDORES LOCAIS, ASSISTÊNCIA GOVERNAMENTAL, MULHERES EM CARGO DE GERÊNCIA, POLUIÇÃO, ACORDOS COLETIVOS DE TRABALHO, TRABALHO INFANTIL, VAZAMENTO QUÍMICO, GOVERNANÇA CORPORATIVA, ANTI-CORRUPÇÃO, TRATAMENTO DE RESÍDUOS, BENEFÍCIOS DOS EMPREGADOS, TAXA DE FREQUÊNCIA, SATISFAÇÃO DO CLIENTE, CONSUMO DE ÁGUA, TREINAMENTO, MUDANÇAS CLIMÁTICAS, RESPONSABILIDADE DO PRODUTO, PROTEÇÃO A BIODIVERSIDADE, DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADE, CONSUMO DE ENERGIA, PRIVACIDADE DO CLIENTE, CONSUMO DE MATERIAIS, DIREITOS HUMANOS, DIREITOS DOS POVOS INDÍGENAS...***

# O Modelo de Maturidade da Sustentabilidade

## Da gestão de riscos em sustentabilidade à criação de valor

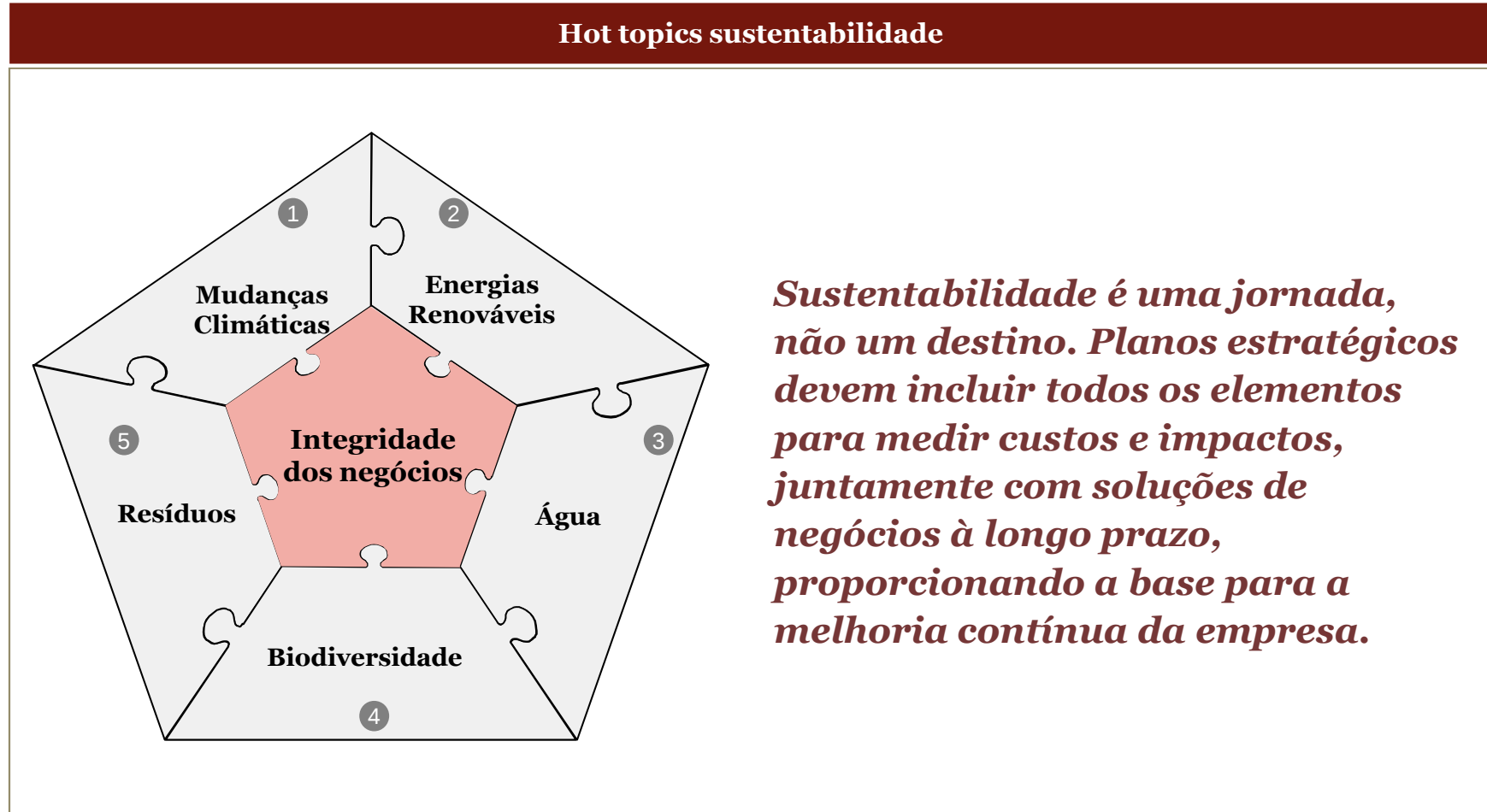


Objetivos da  
Gestão em  
Sustentabilidade  
e em Diferentes  
Estágios de  
Maturidade

|                            |                                                  |                                                         |
|----------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Compliance com a regulação | Ecoeficiência & Economias na Organização         | Inovações Sustentáveis em Produtos e Serviços           |
| Riscos Operacionais        | Redução de Impactos Diretos/Emissões             | Novas Oportunidades de Mercado                          |
| Riscos Reputacionais       | Capacidade de respostas aos stakeholders         | Sinergias com Stakeholders                              |
| Licença para Operar        | Performance em Sustentabilidade dos Fornecedores | Relacionamento Sustentável com Fornecedores             |
| Compliance de Fornecedores | Apresentação da Marca Responsável                | Modelos & Processos Inovadores de Operação              |
| Compliance em Produtos     | Performance da Sustentabilidade do Produto       | Marca com Valor Social Agregado                         |
|                            |                                                  | Atração de Talentos                                     |
|                            |                                                  | Melhoria de Acesso à Capital                            |
|                            |                                                  | Performance em Liderança em Sustentabilidade no Mercado |

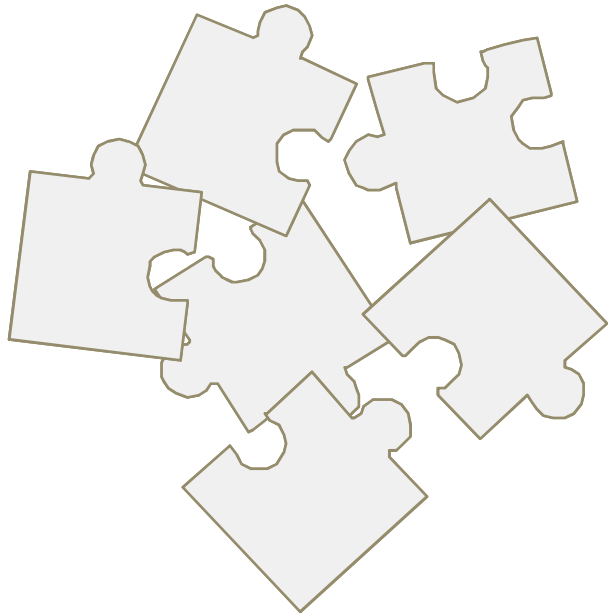
# ***Sustentabilidade***

## *Hot Topics – agenda da sustentabilidade mundial*



# ***Sustentabilidade***

## ***Hot Topics – gestão do dia-a-dia***



**1** ▪ **Qualidade (ISO 9001)**

---

**2** ▪ **Saúde e Segurança Ocupacional (OHSAS 18001)**

---

**3** ▪ **Meio Ambiente (ISO 14001)**

---

**4** ▪ **Responsabilidade Social (SA 8000 e Global Reporting Initiative (GRI))**

---

**5** ▪ **Específicas ou setoriais:**

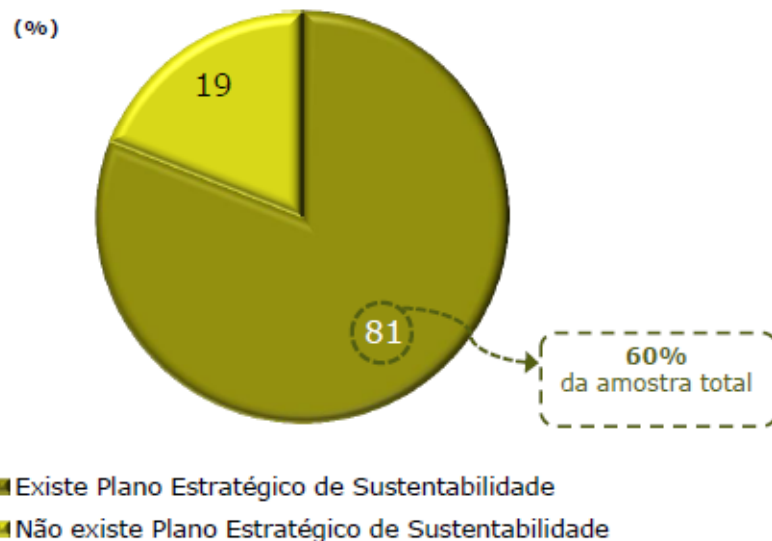
- **Segurança Alimentar (ISO 22000)**
- **Segurança da Informação (ISO 27001)**
- **Florestais (FSC, CERFLOR)**

# Sustentabilidade

## Benchmark das empresas brasileiras

### Adoção de estratégias de sustentabilidade

**8 em cada 10 empresas, que praticam ações sustentáveis, possuem um plano estratégico de sustentabilidade**



Base: Empresas que praticam ações sustentáveis (371)

#### Motivos citados por pelo menos 2/3 das empresas

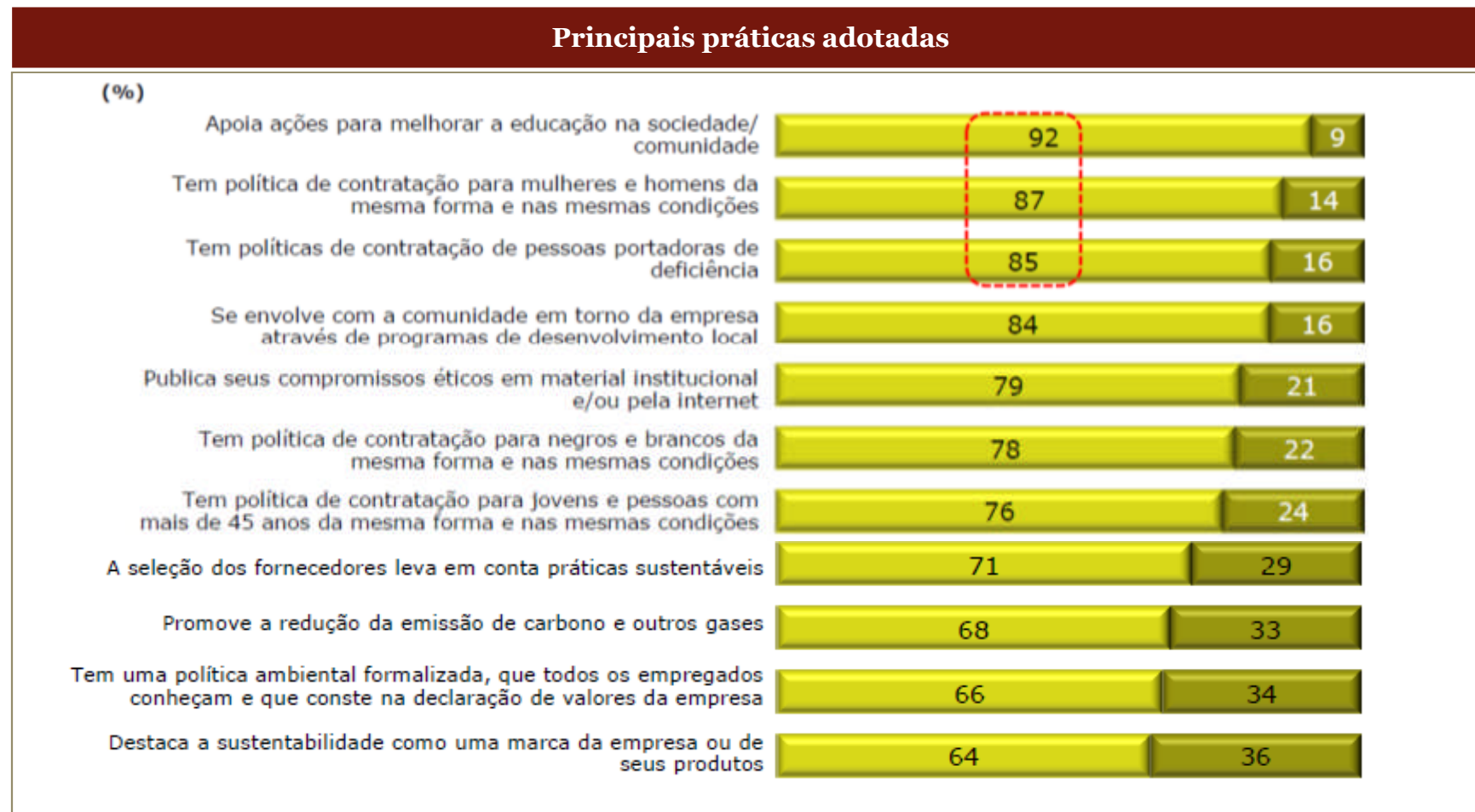
|                                                                                       |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Diminuir o impacto direto das atividades da sua organização no meio ambiente          | (93%) |
| Atender as expectativas de clientes e/ou consumidores                                 | (91%) |
| Agregar valor à marca e à imagem da empresa                                           | (91%) |
| Antecipar-se às mudanças da mentalidade no mercado                                    | (90%) |
| Acompanhar tendências do mercado referente ao tema                                    | (84%) |
| Atender as expectativas da sociedade civil organizada (Associações e ONGs)            | (82%) |
| Atender exigência de regulamentação para exercício da atividade/ atender a legislação | (77%) |
| Atender as expectativas dos meios de comunicação e formadores de opinião              | (65%) |

P05. E o(a) sr(a) diria que existe ou não existe um Plano Estratégico de Sustentabilidade na sua organização? (CASO EXISTA)  
Quais dos motivos que vou ler levaram a sua organização a adotar um Plano Estratégico de Sustentabilidade? Mais algum?

IBOPE

# Sustentabilidade

## Principais ações desenvolvidas pelas empresas brasileiras



■ Sim ■ Não

Base: Amostra (400)  
P06. Você lê algumas práticas de sustentabilidade, gostaria que você descrevesse se sua organização promove alguma delas atualmente. Sua organização...

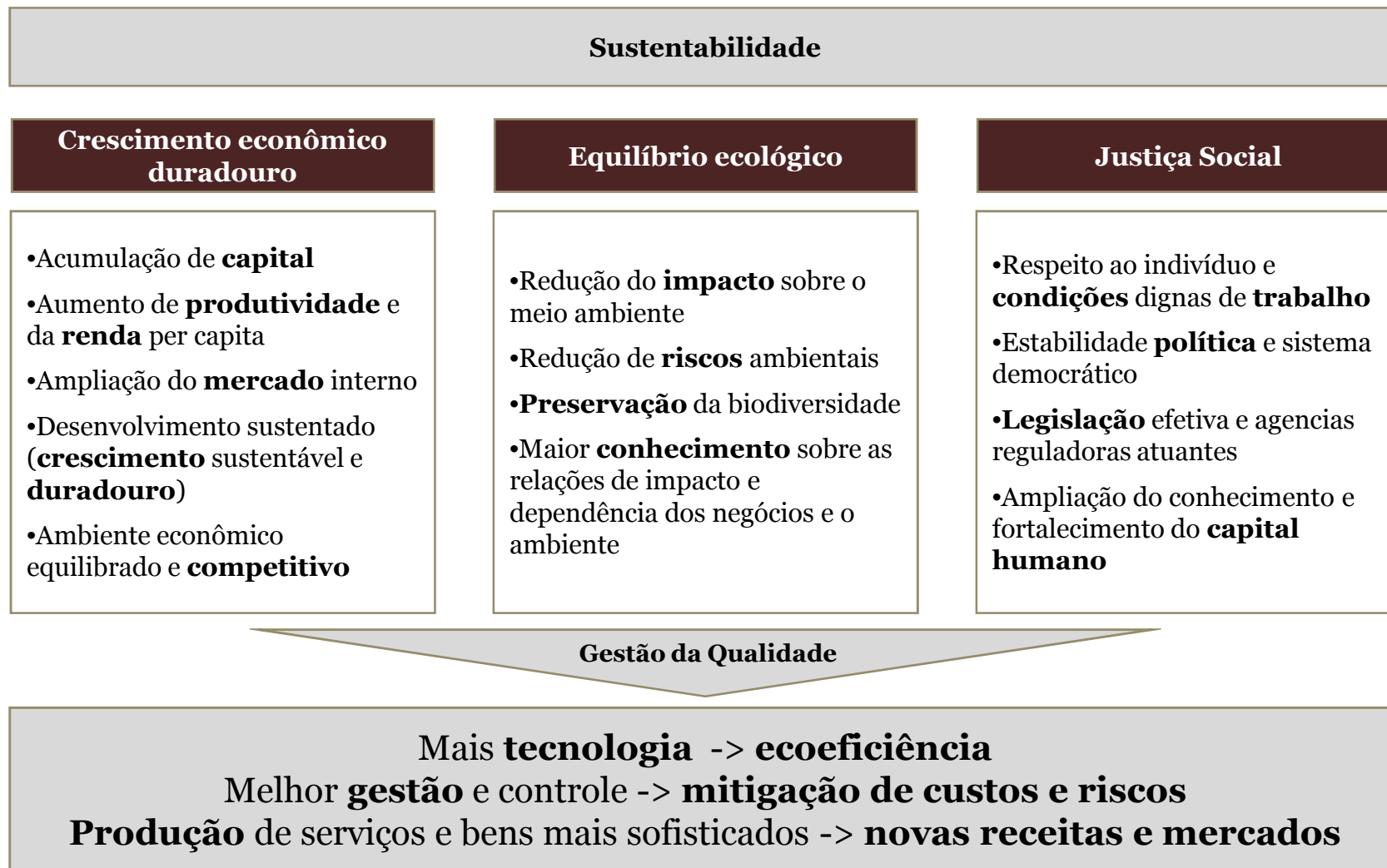
IBOPE

# Sustentabilidade & Competitividade: áreas estratégicas

2

# *Sustentabilidade*

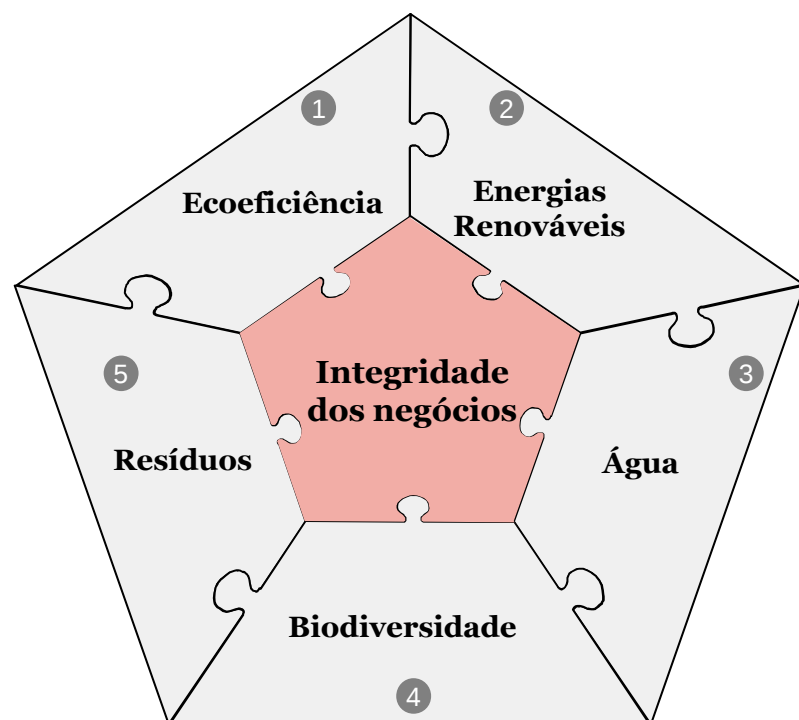
## *Ações em prol da competitividade*



# ***Ações em prol da competitividade***

## ***Tecnologias mais limpas***

### **Oportunidades em Ecoeficiência**



- 1 ▪ Ecoeficiência: otimização dos sistemas de transporte , materiais, pessoas, bens de consumo e embalagens;
- 2 ▪ Energia: conservação e utilização de fontes renováveis ou alternativas
- 3 ▪ Reutilização de água
- 4 ▪ Utilização de novas e competitivas tecnologias e materiais (biomateriais, biopolímeros, tintas ecológicas, etc.)
- 5 ▪ Reciclagem e disposição adequada de resíduos

# Ações em prol da competitividade

## Gestão & Controle

### Oportunidades em mitigação de custos e riscos



- 1 ▪ Retrofit no SGA (Sistema de Gestão Ambiental)
- 2 ▪ ACV e contabilidade ambiental/inventário de ativos ambientais (ex. água, carbono)
- 3 ▪ Aumento dos 4R's: Reduza, re-use, recicle e repare.
- 4 ▪ Dividir a responsabilidade com os fornecedores em toda a cadeia de suprimento "verde"
- 5 ▪ Ponderar sistemicamente os riscos e oportunidades

# ***Escassez de minerais e metais***

## ***Risco para além do controle***

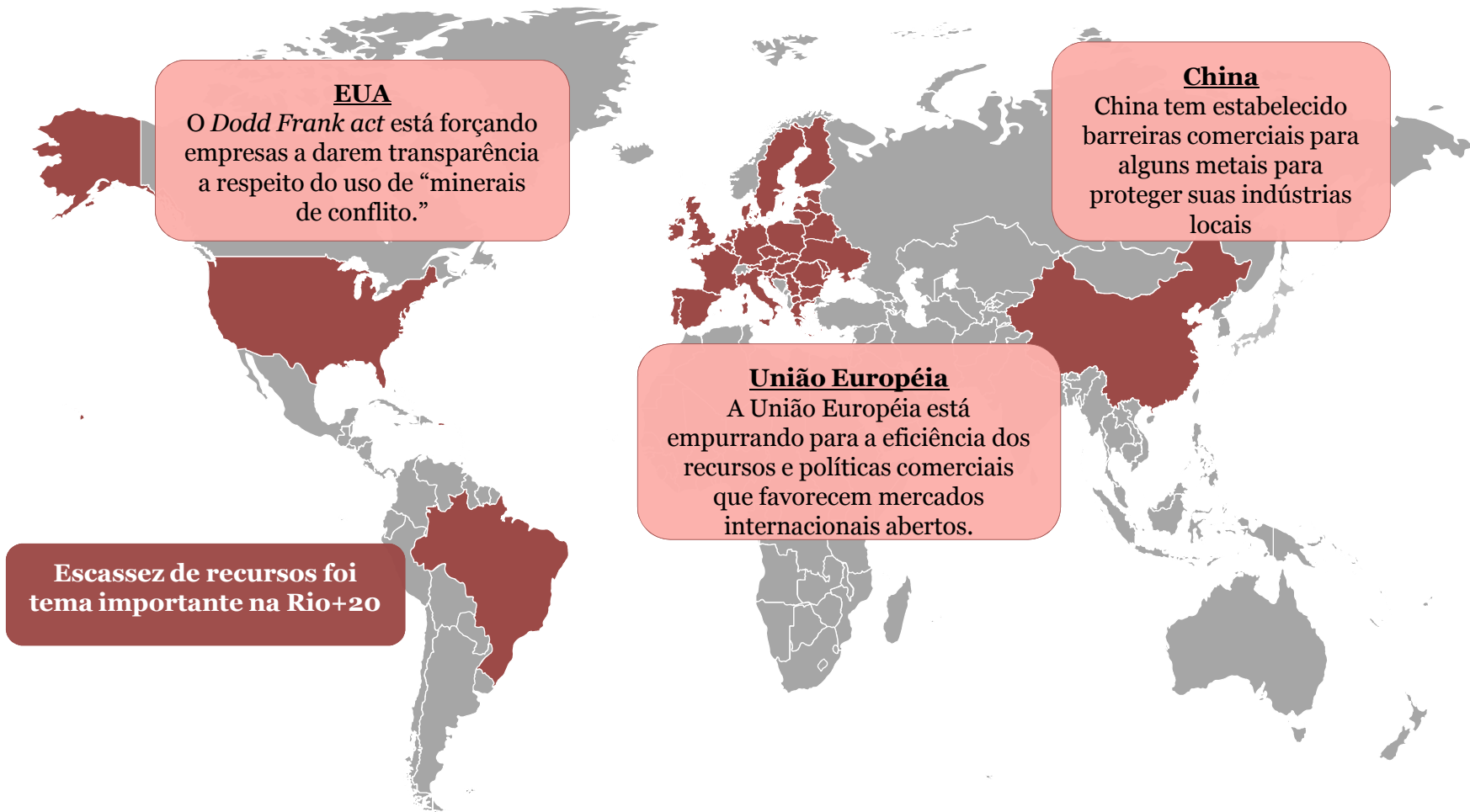
- Mais de 80% dos entrevistados provenientes da indústria automotiva perceberam a ‘diminuição de reservas’ como a causa primária da escassez dos metais e minerais.

**Percentual dos entrevistados indicando a necessidade de novas tecnologias e procedimentos, a fim de responder à questão da escassez aos minerais e metais<sup>1</sup>**

| <b>Indústria</b>         | <b>Informação fornecida</b> | <b>Tecnologia de Reciclagem</b> | <b>Tecnologia de Substituição</b> | <b>Regulação</b> |
|--------------------------|-----------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|------------------|
| <b>Aeroespço</b>         | 83%                         | 50%                             | 50%                               | 50%              |
| <b>Automotivo</b>        | 91%                         | 73%                             | 91%                               | 73%              |
| <b>Químico</b>           | 33%                         | 56%                             | 67%                               | 33%              |
| <b>Energia</b>           | 71%                         | 79%                             | 79%                               | 57%              |
| <b>High Tech</b>         | 56%                         | 67%                             | 67%                               | 56%              |
| <b>Infraestrutura</b>    | 91%                         | 82%                             | 73%                               | 91%              |
| <b>Energia renovável</b> | 56%                         | 89%                             | 78%                               | 56%              |
|                          |                             |                                 |                                   |                  |
| <b>Média</b>             | <b>70%</b>                  | <b>72%</b>                      | <b>74%</b>                        | <b>61%</b>       |

# ***Escassez de minerais e metais***

## ***Exemplo ilustrativo de risco e política governamental***



# *Viabilizando ferramentas e abordagens*

## *Environmental Profit & Loss*



- Métricas do século 19 não estão servindo para endereçar os desafios do século 21
- Capital natural historicamente visto como livre e quase ilimitado
- EPL dá um valor monetário para impactos socioambientais
- Permite a inclusão de aspectos ambientais em modelos de negócios
- Identifica onde a cadeia de valor é exposta a risco de capital natural

**Por uma economia verde**

3

# Riscos & Sustentabilidade

| Financeiros                                                                                                         | Regulatórios                                                                                                  | Competitivos                                                                                                                   | Físicos                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento do preço de commodities (ex. energia e matérias primas)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulamentações (ex. metas de redução e taxas ambientais)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perda de credibilidade da marca e imagem negativa perante mídia e público.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento nos preços de insumos (ex. água, energia e matérias primas)</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento nos valores de seguros e resseguros</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidade no cumprimento das legislações</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acusação de “greenwashing” (falsa propaganda ambiental)</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta do valor da terra</li> </ul>                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Custo de multas ambientais</li> </ul>                                      |                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Insatisfação dos empregados</li> </ul>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diminuição da disponibilidade de insumos</li> </ul>                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Restrição a linhas de crédito.</li> </ul>                                  |                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pressão e conscientização de consumidores e investidores</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Danificação de estruturas</li> </ul>                                           |

# Oportunidades & Sustentabilidade

| Financeiros                                                                                                  | Regulatórios                                                                                                 | Competitivos                                                                                                | Físicos                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maior eficiência operacional e logística</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Antecipação das regulamentações</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento da credibilidade da marca</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovação tecnológica em novos produtos e serviços</li> </ul>          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maior eficiência no uso de energia e insumos</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Influência no processo de criação de novas normas e leis</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Novos investidores e parceiros</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolvimento de processos e tecnologias mais eficientes</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolvimento de novos mercados</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subsídios governamentais</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfação/retenção de funcionários</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de produtividade.</li> </ul>                                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercados ambientais (ex. carbono, compensação florestal)</li> </ul> |                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rotulagem ambiental e diferenciação da empresa/produtos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diminuição da dependência por recursos naturais.</li> </ul>           |
|                                                                                                              |                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidade sócioempresarial.</li> </ul>                      |                                                                                                                |

# ***Economia verde***

## ***Potencial da Ecoeficiência e novos mercados ambientais***

|                                                         | <br>Energia | <br>Água | <br>Resíduos | <b>CO<sub>2</sub></b><br>Carbono                    |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Financeiro<br>(redução de custo devido a Ecoeficiência) | Até R\$ 250,05/MWh                                                                           | Até R\$ 7,00/m <sup>3</sup>                                                                 | Até R\$ 300,00/t para coleta, transporte e destino final                                        | Variável em função do tipo de atividade ou processo |
| Competitivo<br>(novas receitas e mercados)              | Venda de excedente de energia: até R\$ 120,00 (ACL)                                          | -                                                                                           | Variável em função do tipo de resíduo e processo industrial                                     | Venda de CERs: até € 4,5 /tCO <sub>2</sub> e        |
| Regulatório                                             | Redução de passivo ambiental e despesas com multas                                           | Redução de passivo ambiental e despesas com multas                                          | Redução de passivo ambiental e despesas com multas                                              | Redução de passivo ambiental e despesas com multas  |

Apesar do custo de oportunidade atrativo para algumas ações de mitigação, o financiamento destas alternativas esbarram na **escassez de recursos quando confrontada com as outras prioridades.**

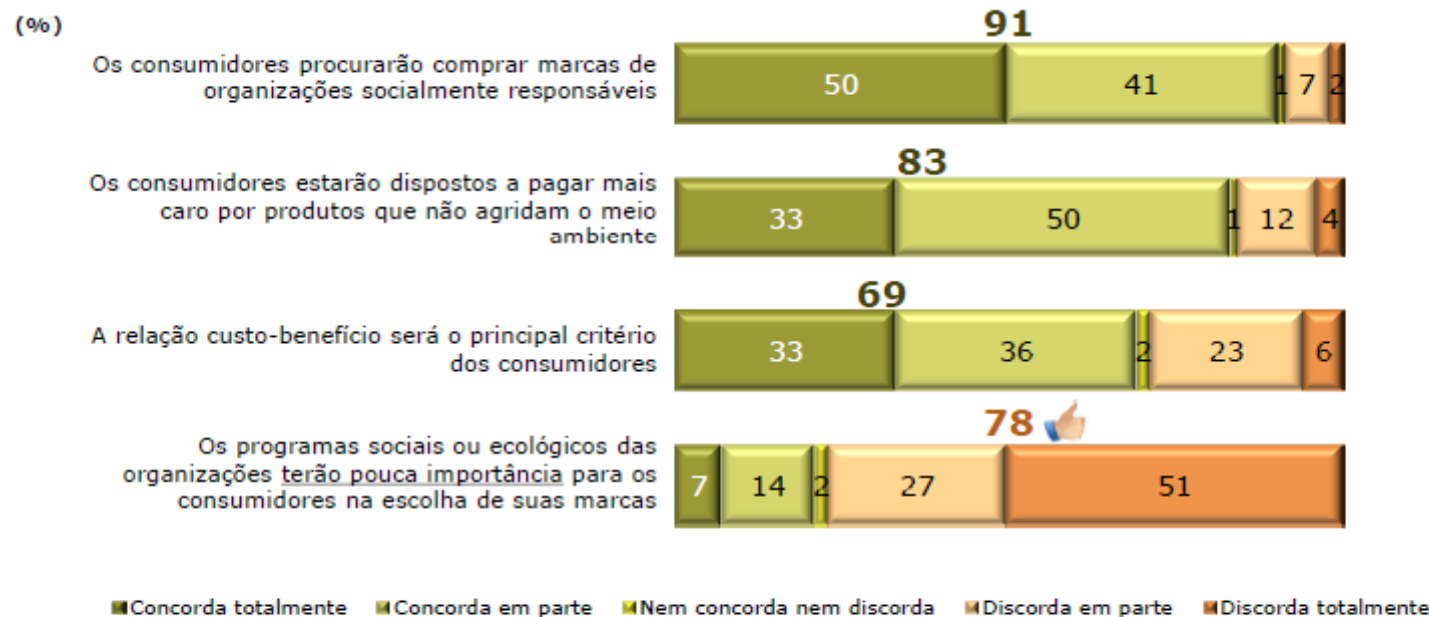
**E o consumidor?**

**4**

# Produção de serviços e bens mais sofisticados

## Demanda por produtos verdes

### Oportunidades em produtos verdes



Base: Amostra (400)

P10. Gostaria agora que você imaginasse o Consumidor Brasileiro de 2022, ou seja, mais ou menos daqui a 10 anos, e dissesse o quanto concorda ou discorda com cada uma das frases:

IBOPE

# ***Economia verde***

## ***O que o consumidor realmente age?***

Consumidor

Empresas

- Segundo pesquisa envolvendo os 88 Países mais desenvolvidos feita pela Nielsen em 2008, ***meio ambiente e aquecimento global são um dos assuntos que mais preocupam os consumidores.***
- Pesquisa encomendada pela agência Nova S/B junto ao IBOPE revela que ***91% dos brasileiros já ouviram falar no aquecimento global*** e 86% estão “preocupados” ou “muito preocupados” com o assunto.
- Estimasse que ***5% das notícias*** vinculadas hoje são a respeito de algum tema ambiental.
- Sustentabilidade se transformou em um ***mantra empresarial e político.***
- Empresas cada vez mais buscam associar sua ***marca e produtos*** a uma imagem de práticas ambientalmente corretas.

# ***Economia verde***

## ***Apesar disso....***

Consumidor

Empresas

- O consumidor ainda ***não consegue de forma objetiva visualizar*** as vantagens dos produtos ecoeficientes.
- ***Preço e marca ainda são os principais fatores*** de decisão no momento da compra.
- Segundo pesquisas os consumidores admitem que um produto ambientalmente correto é melhor, mas ainda não tem estímulo para ir atrás do mesmo.
- Perguntados se existe ***preferência por produtos sigam critérios ambientais em sua produção***, **31%** dos entrevistados de pesquisa global da PwC disseram que sim.
- Contudo ***somente 4% dizem que se esforçam para analisar o produto*** e seus benefícios e efetivamente o transformam em opção.

# ***Economia verde***

*E como estão se comportando as empresas?*

Consumidor

Empresas

- Grande empresas em todo o mundo acreditam que ***o produtos com diferencial ambiental são o futuro*** e diversas atualmente usam sustentabilidade como direcionador de P&D de seus produtos e processos.
- Olhando rapidamente os chamados Relatórios de Sustentabilidade emitidos hoje pelas empresas, muitas dessas ações e desenvolvimentos em prol do ***meio ambiente são valorados como “Ativos Intangíveis” e também como posicionamento de marca.***
- Mas o objetivo final das empresas sem dúvida é a valorização do seu produto, ***usar a sustentabilidade para agregar valor, market share*** entre outros ganhos.

# Por que assumir a liderança



Aquele que não traçar seu destino, terá seu destino traçado por outros...

- Exercer liderança, propor soluções e buscar a inovação tecnológica em rumo de uma economia sustentável é uma oportunidade ***não só de se diferenciar no mercado, mas também uma forma de garantir o direito do Brasil agir para a elevação dos padrões de consumo e de qualidade de vida.***
- A disponibilidade e o ***preço da energia e matérias primas são fatores fundamentais para nossa competitividade industrial*** num mundo globalizado;
- O Brasil está em uma posição privilegiada e é visto internacionalmente como uma ***grande potencia “ambiental”*** com reservas de recursos renováveis (água, madeira, terras) e não renováveis (petróleo, minério).
- A realização da Rio+20 é um forte indicio de ***como a geopolítica ambiental irá influenciar o Brasil nos próximos anos rumo a “economia verde”.***
- ***E todos esses pontos são a “certeza” de um futuro onde sustentabilidade será uma diferença competitiva e não somente mais comparativa!***

---

# *Obrigado !*

[ernesto.cavasin@br.pwc.com](mailto:ernesto.cavasin@br.pwc.com)



- © 2012 PricewaterhouseCoopers. Todos os direitos reservados. Neste documento, "PwC" refere-se a PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes, firma membro da PricewaterhouseCoopers International Limited, constituindo-se cada firma membro da PricewaterhouseCoopers International Limited. pessoa jurídica separada e independente.