

UMA EMPRESA  
**+ sustentável**  
QUERER É PODER!

**maia21**   
[UMA AGENDA PARA O FUTURO]



**CATÓLICA**  
UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA / PORTO  
Escola Superior de Biotecnologia



**mais momentos**  
AMBIENTE, SENSIBILIZAÇÃO E CIDADANIA

## ÍNDICE

	PÁGINAS
COMBATER AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	4 - 7
PROTEGER OS RECURSOS NATURAIS: BIODIVERSIDADE	8 - 11
PRODUZIR MELHOR	12 - 17
UMA COMUNIDADE MAIS JUSTA	18 / 19
CONTACTOS E SUGESTÕES	20 / 21

QUERER  
É  
PODER!

**“Uma Empresa + SUSTENTÁVEL. Querer é Poder”** faz parte de uma série de quatro Guias que estamos a lançar junto de quatro grupos fundamentais da nossa comunidade: as empresas, as escolas, as associações e os cidadãos. Os temas aqui retratados são baseados nos sete desafios essenciais para atingir a sustentabilidade na Europa que estão contidos na Estratégia da União Europeia para o Desenvolvimento Sustentável adoptada pelo Conselho Europeu em 2006.

Acreditamos que “querer” ter uma participação activa na construção de um melhor ambiente físico e social é meio caminho para “poder” fazê-lo. O Guia **“Uma Empresa + SUSTENTÁVEL. Querer é Poder”** é um pequeno auxiliar para ajudar nesta tarefa de transformar as preocupações em acção.

Caro Empresário,

Desde sempre, um dos pilares fundamentais de estratégia deste Executivo Municipal tem sido oferecer aos Cidadãos o bem estar e a qualidade de vida que lhes é merecida.

É com esta orientação que temos evoluído num quadro de actuação que eleva o nosso Município aos melhores índices de qualidade de vida da região, com resultados que reflectem bem o empenho da Câmara nas áreas ligadas ao abastecimento de água e saneamento, resíduos sólidos, espaços verdes e ainda noutras áreas mais específicas, como a qualidade do ar, ruído e ordenamento do território.

Para além da aposta na disponibilização das infraestruturas necessárias, a informação e a sensibilização das populações, que desde muito cedo foi implantada, tem-se revelado fundamental e eficaz para o sucesso da estratégia definida e rumo a um desenvolvimento sustentável, no qual encaixam os vectores ambiental, económico e social, no processo de desenvolvimento do Concelho e na promoção da cidadania, traduzindo-se esta política no apanágio da Câmara Municipal da Maia.

Cada vez mais pensamos em conforto e qualidade de vida, proporcionando condições que respeitam a integridade individual e o ambiente que nos rodeia, constituindo a sustentabilidade das populações um grande desafio, abraçado pela Câmara Municipal, que se traduz em novas formas de pensar e reflectir sobre os objectivos, assim como a forma de os atingir.

A sua concretização representa, visivelmente, um novo desafio para a autarquia, assim como para todos os sectores da sociedade, uma vez que exige o conciliar de interesses e a procura de soluções inovadoras, através da obtenção de consensos e de formação de parcerias.

Assim, o presente Guia assenta na estratégia de sustentabilidade definida pelo Município, e engloba um conjunto útil de informações de carácter prático, pretendendo despertar a comunidade para a adopção de Boas Práticas que proporcionem um ambiente saudável e uma melhor qualidade de vida para todos.

Este Guia, mais do que uma ferramenta criada para promover o respeito pelo ambiente, de forma a prevenir e minimizar os impactes gerados, pretende-se que seja um instrumento de co-responsabilização de cada um de nós, rumo à sustentabilidade.

A Câmara Municipal da Maia



# QUEREMOS COMBATER AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

## PORQUE...

As alterações climáticas resultam principalmente do aumento constante da temperatura, que por sua vez é uma consequência da forma como produzimos e utilizamos a energia que move o nosso estilo de vida. O aumento da temperatura média anual do nosso planeta está directamente relacionado com as emissões de gases com efeito de estufa (GEE), entre os quais figura o dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>).

Em Portugal, 30% dos GEE que entram na atmosfera resultam da actividade das centrais termoeléctricas, que produzem a energia eléctrica que depois usamos no nosso dia-a-dia. Outra parcela importante de GEE (25%) resulta dos transportes com motor: os carros, os autocarros, os aviões...

O CO<sub>2</sub> não é o gás com um maior efeito de estufa mas é o que emitimos em maior concentração para a atmosfera como resultado da queima de carvão, petróleo ou gás (combustíveis fósseis) nas indústrias, nos motores dos transportes e nas centrais termoeléctricas.

Desde que Al Gore se envolveu pessoalmente na divulgação deste tema através do documentário "Uma verdade inconveniente", as alterações climáticas passaram ao estatuto de tema mediático. Na realidade, este efeito já foi detectado há várias décadas mas só há poucos anos se estabeleceu cientificamente, de forma irrefutável, a prova de que as alterações do clima global são provocadas pelas actividades humanas no planeta.

O efeito de estufa causado é um fenómeno natural que desempenha um papel importante na manutenção da temperatura da Terra. Sem esse efeito, a temperatura média do planeta seria de -18°C. A questão na actualidade é que existe um excesso de GEE na atmosfera.

A emissão de GEE, em particular de CO<sub>2</sub>, ocorre a um ritmo bastante superior à capacidade que as florestas, os oceanos e a vegetação têm de absorvê-los. Em resultado, estes gases acumulam-se e contribuem para reter o calor à superfície da Terra, provocando um aumento das temperaturas que não é natural — a isto se chama aquecimento global.

Os factos são já incontroversos e são reconhecidos, quer pela comunidade científica, quer pelos políticos: a temperatura global aumentou entre 0.4 e 0.8°C desde o fim do século XIX e o nível do mar subiu 10 a 20 cm nos últimos cem anos, uma variação dez vezes mais rápida do que a registada nos 3000 anos anteriores (Intergovernmental Panel on Climate Change, 2007).

As alterações climáticas causam um nível de incerteza elevadíssimo para as actividades económicas, saúde pública e formas de vida de muitas povoações humanas. Mas, ao mesmo tempo que constituem um problema, são também **uma oportunidade para as empresas, já que se abrem novos desafios, mercados e possibilidades de fazer melhor com o mesmo aumentando a eficiência energética.**

Com estes factos não é difícil concluir como as nossas decisões individuais e de gestão empresariais influem directamente no balanço de carbono na atmosfera e consequentemente nas alterações climáticas.



Al Gore assumiu-se como o mensageiro das alterações climáticas ao estar associado ao documentário "Uma verdade inconveniente" lançado em Portugal em 2006. Muito criticado por uns, apoiado por outros, a verdade é que Al Gore introduziu finalmente na opinião pública este tema que é um desafio real ao equilíbrio global do Planeta Terra e à manutenção do nosso estilo de vida actual.

[www.climatecrisis.net](http://www.climatecrisis.net)

Na Europa do Sul, projecta-se que as alterações climáticas aumentem a incidência de elevadas temperaturas e secas, reduzindo a disponibilidade de água, a capacidade hidroeléctrica, o potencial turístico e a produtividade alimentar. Aumentarão ainda os riscos para a saúde devido às ondas de calor e maior frequência de incêndios. (IPCC, 2007)

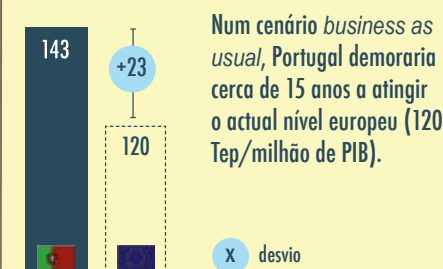
## ...PODEMOS

Desde logo analisar que contributo dá a empresa, como sistema, e os seus colaboradores, individualmente, para a quota de CO<sub>2</sub> e em sequência estudar medidas exequíveis em termos de eficiência energética e compensar as emissões inevitáveis. Uma outra questão que deve ser seriamente cogitada é o investimento em energias alternativas conducentes a uma "economia magra em carbono", apontada como a opção de futuro pela Agência Internacional da Energia.

### 1. FAZER UMA AUDITORIA ENERGÉTICA

A auditoria pode ser mais ou menos profunda mas com certeza serão identificados pontos da empresa onde há "sugadouros" desnecessários de energia. A auditoria pode ser levada a cabo por um colaborador qualificado da própria empresa ou, alternativamente, poderá ser contactada a Agência de Energia mais próxima (consulte a Rede Nacional das Agências de Energia em [www.renae.com.pt](http://www.renae.com.pt)), que recomendará qual o melhor procedimento. Vários aspectos simples podem ser estudados mesmo não efectuando uma auditoria propriamente dita, como por exemplo: Qual é o consumo dos computadores e monitores da empresa? Que tipo de lâmpadas são utilizadas? De quanta potencia? São lâmpadas de baixo consumo? Que tipo de utilização é feita dessas lâmpadas (estão sempre ligadas ou são apagadas e acendidas muitas vezes)? Existe luz natural suficiente nas salas nos espaços de trabalho? Como são utilizados os veículos de serviço ou realizadas as deslocações?

Em Portugal, a intensidade energética da economia aumentou continuamente desde 1970, enquanto que a média europeia foi continuamente decrescente. Uma elevada intensidade energética da economia significa que para obter a mesma riqueza gastamos mais energia.



Dados estimativos para 2007 (UE -27)  
Toneladas Equivalentes de Petróleo utilizadas por milhão de euros de PIB



## 2. AUMENTAR A EFICIÊNCIA ENERGÉTICA REDUZINDO AS EMISSÕES DE CO<sub>2</sub>

A resolução da maior parte dos pontos negros identificados na auditoria poderá implicar apenas pequenos ou nulos investimentos e um elevado retorno. Noutros casos acarretará investimentos mais avultados mas que convirá seriamente considerar, já que a tendência natural é um aumento do custo da energia eléctrica e dos combustíveis fósseis.

Consulte as soluções mais simples que pode desde logo implementar, por exemplo em escritórios, em:

[ec.europa.eu/environment/climat/campaign/index\\_pt.htm](http://ec.europa.eu/environment/climat/campaign/index_pt.htm)

## 3. COMPENSAR AS EMISSÕES DE CO<sub>2</sub>

Mesmo adoptando uma prática de utilização racional de energia, algumas emissões são inevitáveis. O ideal é compensar essas emissões promovendo a plantação de árvores, sorvedouros naturais do CO<sub>2</sub>.

Acções desta natureza foram já concretizadas por algumas empresas portuguesas, como por exemplo o Jornal Expresso, que compensou a “pegada em CO<sub>2</sub>” de algumas das suas edições. Algumas possibilidades para lograr esta acção passam por financiar uma Organização Não Governamental de Ambiente ([www.apambiente.pt](http://www.apambiente.pt)) para que plante as árvores em nome da empresa ou entrar em contacto com a Carbon Zero ([www.carbono-zero.com](http://www.carbono-zero.com)), uma das entidades nacionais que compensam as emissões de organizações apoiando novas áreas florestais em troca de um pagamento por quantidade de CO<sub>2</sub> emitida. Alternativamente organize uma jornada de “Dia Verde” na qual se organiza uma plantação de árvores pelos próprios colaboradores da empresa, proporcionando um dia diferente que estimula o convívio e o trabalho de equipa e garante um resultado de grande valor ambiental.

## 4. INVESTIR EM ENERGIAS ALTERNATIVAS E NA EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

No documento “Portugal Eficiência 2015 - Plano Nacional de Acção para a Eficiência Energética” (2008), coordenado pela Direcção Geral de Energia e Geologia, está prevista a oportunidade para a criação e dinamização de empresas de serviços de energia que implementem as medidas de eficiência (veja o resumo do plano em [www.dgge.pt](http://www.dgge.pt)), bem como medidas de eficiência para as empresas de serviços e indústrias.

Está também legalmente aberto o caminho para a microprodução energética (sobre este tema consulte o Decreto-Lei nº 363/2007, de 2 de Novembro e o site oficial [www.renovaveisnagora.pt](http://www.renovaveisnagora.pt)).

### Um bom exemplo!

O “Projecto GreenLight” da SONAE Sierra no Centro Colombo, consistiu na substituição de balastros ferro-magnéticos convencionais por balastros electrónicos de alta frequência no parque de estacionamento. O projecto teve um investimento de 125.000 euros, levou à substituição de 8.770 balastros. Garante deste modo uma economia de energia eléctrica em 400.830 kWh/ano, a redução de 200 toneladas CO<sub>2</sub>/ano e a redução na factura de energia eléctrica de 23.810 euros/ano.

## ALGUMAS SUGESTÕES PARA PRODUZIR MENOS CO<sub>2</sub>

**Reduzir o nível do aquecimento.** Reduzir a temperatura do ar condicionado em apenas 1 °C pode significar menos 300 kg de emissões de CO<sub>2</sub> por sala e ano, e geralmente o ar condicionado nas empresas está exageradamente regulado para uma baixa temperatura no Verão e elevada no Inverno.

**Instalar um bom sistema de isolamento.** Esta é uma das formas mais eficazes de reduzir as emissões de CO<sub>2</sub> e de poupar energia a longo prazo. A perda de calor através das paredes, telhado e pavimento é habitualmente mais de 50% da perda de calor global.

**Desligar as luzes quando não forem necessárias.** Ao desligar 5 luzes quando não necessitar delas, pode evitar-se cerca de 400 kg de emissões de CO<sub>2</sub> por ano.

**Ao substituir lâmpadas incandescentes por lâmpadas fluorescentes compactas** garantirá uma redução significativa na factura energética. Substituindo apenas uma lâmpada, pode reduzir-se 400 kg de emissões de CO<sub>2</sub> durante toda a vida útil da lâmpada (cerca de 10 anos).

**Na aquisição de equipamentos de escritório optar por modelos mais eficientes,** por exemplo os monitores e computadores com o símbolo Energy Star garantem uma maior eficiência (consulte [www.eu-energystar.org](http://www.eu-energystar.org)).

**Ao optar por sistemas de cogeração e/ou microprodução em instalações industriais** reduz-se a necessidade de consumo de combustíveis fósseis e, como tal, a pegada em carbono também se atenua.

As diferenças de consumo de energia entre os computadores mais eficientes e os menos eficientes podem ser enormes, até 200 euros por posto de trabalho ao longo de 5 anos de vida útil do equipamento.

Cada trabalhador europeu afirma estar consciente do gasto de papel na empresa mas, mesmo assim, imprime, em média, 31 páginas por dia! Curiosamente, 55% dos entrevistados neste estudo realizado em 13 países, incluindo Portugal, afirma que muito papel é impresso inutilmente no seu local de trabalho mas apenas 27 por cento se considera responsável por esta situação...

### Não esquecer...

A operacionalização do plano **Plano Nacional de Acção para a Eficiência Energética (2015)** implica a criação de um **Fundo para a Eficiência Energética** que será criado para fomentar a reabilitação urbana, a substituição de electrodomésticos e a criação e dinamização de empresas de serviços de energia que implementem as medidas de eficiência.

### Algumas medidas do plano...

- (1) Programa de incentivo à reabilitação urbana sustentável, com o objectivo de ter 1 em cada 15 lares com classe energética optimizada (superior ou igual a B-).
- (2) Programa de renovação de 1 milhão de grandes electrodomésticos.
- (3) Substituição de 5 milhões de lâmpadas por CFL.
- (4) Benefícios no licenciamento à construção eficiente (maioração da área de construção).
- (5) Acordo com a indústria transformadora para a redução de 8% do consumo energético.
- (6) Criação do Sistema de Gestão de Consumos Intensivos de Energia com alargamento às médias empresas (> 500 tep) e incentivos à implementação das medidas identificadas.
- (7) Lançamento do “Prémio Mais Eficiência” para premiar a excelência, por exemplo nas empresas.
- (8) Conceito “Mais Eficiência Energética”: credenciação para identificar boas práticas, por exemplo nas empresas.
- (9) Novo regime de tributação automóvel e fiscalidade sobre os combustíveis industriais.
- (10) Regime de amortizações aceleradas para equipamentos e viaturas eficientes.
- (11) Incentivos fiscais à micro-produção e alinhamento progressivo da fiscalidade com o Sistema de Certificação Energética dos Edifícios.
- (12) Cheque eficiência: prémio equivalente a 10% ou 20% dos gastos em electricidade durante 2 anos em caso de redução verificada de 10% ou 20% do consumo de electricidade.
- (13) Crédito bonificado: €250M/ano para investimentos em eficiência (enfoque reabilitação urbana).
- (14) Dinamização de Empresas de Serviços de Energia através de incentivos à sua criação (QREN), concursos para auditorias no Estado e regulamentação do “Contrato Eficiência”.



# QUEREMOS PROTEGER OS RECURSOS NATURAIS: BIODIVERSIDADE

## PORQUE...

A biodiversidade é a célula mãe do desenvolvimento sustentável, pois afecta a qualidade da vida humana e constitui um componente essencial da sustentabilidade de toda a actividade económica. O termo biodiversidade refere-se à variedade de formas de vida na Terra, incluindo a ampla gama de populações geneticamente distintas de cada espécie, assim como todas as várias espécies, comunidades e ecossistemas dos quais fazem parte. Num estudo publicado na revista Nature (1997) os investigadores estimaram o valor dos serviços ecológicos prestados pela natureza em US\$ 33.000.000.000.000,00 por ano, duas vezes o PIB mundial. Alguns desses serviços são a polinização, a absorção de dióxido de carbono, a produção de oxigénio, a depuração de águas...

A biodiversidade constitui o sistema de apoio à vida no nosso planeta. Sem ela não só não teríamos o suporte básico à sobrevivência (por exemplo, os alimentos) como não teríamos parte dos recursos necessários para a actividade económica (floresta, agricultura, pesca, medicamentos, turismo, etc). Por isso, a biodiversidade e a preocupação com a sua manutenção extravasa as empresas de extracção de recursos. As instituições financeiras, empresas de bens de consumo, companhias de serviços e de informações tecnológicas também são responsáveis pelos três objectivos fundamentais determinados pela Convenção sobre Biodiversidade Biológica (CDB).

A CDB foi um dos acordos mais importantes assinados na Cimeira da Terra, no Rio de Janeiro em 1992, adoptada por mais de 180 países.

Na realidade o Homem não está acima de qualquer outra espécie do Planeta no que diz respeito à sua dependência de ecossistemas saudáveis. Os seres humanos têm a excepcional capacidade de construir novos ecossistemas humanizados, mas temos que ter em consideração que não o podemos fazer à custa da destruição dos sistemas básicos que suportam a nossa própria vida.

Com o crescimento da população humana – já somos 6,6 mil milhões – e os padrões de consumo a que nos habituamos e aos que estão agora a começar a aceder a população da China e da Índia, a pressão posta sobre o planeta, sobre a sua biodiversidade, é descomunal.

A Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB), de 1992, é o mais importante acordo internacional sobre biodiversidade, assente sobre os três componentes da biodiversidade: ecossistemas, espécies e genes. A CDB, ainda hoje uma referência, estabelece três objectivos fundamentais:

1. A conservação da biodiversidade,
2. O uso sustentável dos recursos biológicos,
3. A distribuição equitativa dos benefícios advindos do uso da biodiversidade.

([www.cbd.int](http://www.cbd.int))

As principais ameaças são a fragmentação de habitats, a degradação e destruição de outros pela alteração de usos imposta (ex. urbanização de solos férteis) a intensificação dos sistemas de produção, o abandono de práticas tradicionais (geralmente mais amigáveis), incêndios, poluição, sobre-exploração e a expansão de espécies invasivas. Estas pressões ameaçam a nossa sustentabilidade futura. Alguns estudos estimam a extinção de 30% das espécies actuais dentro de 90 anos.

As empresas, como um sector da sociedade, devem partilhar a responsabilidade pela actual situação de deterioração do planeta, assim como por apresentar soluções para a melhoria desta situação, também para a sua própria sustentabilidade e assunção de liderança em mercados cada vez mais saturados.

Felizmente são já vários milhares de empresas que assumem o seu papel na conservação da biodiversidade ao adoptar os princípios da responsabilidade social corporativa e desenvolvendo acções concretas...

## ...PODEMOS

O papel das empresas na promoção e conservação da biodiversidade é um tema extremamente actual. Por exemplo, a iniciativa “Business and Biodiversity”, lançada o ano passado, dá a possibilidade de as empresas de qualquer sector e de qualquer dimensão estabelecerem acordos voluntários de longa duração que favoreçam a introdução da biodiversidade nas suas estratégias e políticas. Porque não começar por aí?

O ecoturismo é um exemplo concreto de como se pode gerar receitas sem prejudicar as espécies e os habitats. O ecoturismo cresce a uma taxa de 20 a 30% ao ano, enquanto o sector turístico no global cresce 9%. Outro mercado em crescimento é o da mitigação das alterações climáticas, tais como a protecção da floresta e das zonas húmidas como sumidouros de carbono. (IUCN, 2008)

A iniciativa “Business and Biodiversity”, enquadrada pelo objectivo europeu “Parar a perda de biodiversidade até 2010” (Countdown 2010), materializa-se num processo que implica a adesão a um conjunto de princípios a que se segue a adopção de uma metodologia que visa a progressiva integração da biodiversidade na gestão das empresas nos seus vários determinantes, e que reconhece o importante papel das pequenas e médias empresas (PME) neste processo, sendo elas dominantes no tecido empresarial de muitos dos países, entre eles Portugal. A metodologia estrutura-se numa avaliação da actividade da empresa relativamente à biodiversidade sobre a qual se estrutura um Plano de Acção para esta e do qual resultam projectos concretos com impactos positivos.

Pode consultar mais sobre esta iniciativa em: [www.countdown2010.net/business](http://www.countdown2010.net/business)

### OS VALORES DA BIODIVERSIDADE:

**VALOR FUNCIONAL** – cada espécie tem um papel funcional no ecossistema. Por exemplo, as plantas participam do balanço de dióxido de carbono na atmosfera. Valor de uso directo – muitas espécies são utilizadas directamente como alimentos ou como matérias-primas para produção de bens.

**VALOR DE USO INDIRECTO** – algumas espécies são indirectamente utilizadas pela sociedade. Por exemplo, em áreas onde existem abelhas a produção de café é 20% superior às áreas onde estas não estão presentes. O café é uma planta que se auto-poliniza mas o grão resultante é mais pequeno e de pior qualidade. Os países produtores de café movem um mercado de 4.000 milhões de euros por ano.

**VALOR POTENCIAL** – muitas espécies podem futuramente ter um uso directo, como por exemplo espécies de plantas que possuem princípios activos a partir dos quais podem ser desenvolvidos medicamentos.

**VALOR INTRÍNSECO** – todas as espécies são importantes intrinsecamente, por uma questão de ética.



## SER PARCEIRO DA BIODIVERSIDADE: PARA PME'S E GRANDES EMPRESAS

Em Portugal a entidade que coordena as parcerias é o Instituto de Conservação da Natureza e Biodiversidade (ICNB), por isso sugere-se que encete por uma pesquisa das parcerias já estabelecidas com diversas empresas nacionais no site do ICNB ([portal.icnb.pt](http://portal.icnb.pt)).

De qualquer modo, realçamos que o início da parceria dá-se com a produção de um documento formal da empresa que explicita publicamente a história e a política da empresa para a biodiversidade (Compromisso pela Biodiversidade) e de um acordo entre as partes envolvidas na parceria (Memorando de Entendimento) formalizando:

- O compromisso assumido,
- Os princípios em que assenta,
- O referencial de partida da empresa,
- Os objectivos prosseguidos por cada um dos parceiros da parceria,
- O programa de acção, os resultados a obter,
- O cronograma a cumprir e os seus marcos intermédios de execução,
- As componentes financeiras da parceria
- O modelo da sua gestão.

Cada empresa desenhará um plano de acção onde procura potenciar os efeitos positivos da sua actividade e associar os determinantes do seu negócio à biodiversidade. Existem já 36 acordos destes estabelecidos por empresas nacionais.

### 3 EXEMPLOS DE MEMORANDOS DE ENTENDIMENTO JÁ FIRMADOS:

#### EMPRESA MATÉRIA VERDE – VIVEIRO DE PLANTAS

“Doação do acumulado anual da venda de sacos de plástico através da oferta de plantas autóctones para projectos de conservação da biodiversidade na zona do Parque Natural da Arrábida.”

#### EMPRESA SIC

- a) Realização de uma rubrica semanal a emitir no Jornal da Noite sobre Biodiversidade;
- b) Promoção de acções de comunicação externa sobre a presente parceria;
- c) Desenvolvimento de uma acção de comunicação interna com vista a que todos os funcionários conheçam este compromisso e partilhem os seus objectivos.”

#### EMPRESA NOVADELTA

(versão não integral)

- Vector I – Gestão da Biodiversidade ao nível da Produção de Café na Origem
- Fomentar a compra e comércio de um leque alargado de variedades de espécies de café, que não sejam geneticamente modificadas, provenientes de diversas origens, promovendo a sustentabilidade das economias dos países produtores e grupos de agricultores locais;
  - Promover o aumento das vendas/consumo de café certificados, nomeadamente Biológico, Rainforest Alliance e Comércio Justo, já a partir de 2007;
  - Desenvolver um programa de Comércio Justo em Angola. Terá em consideração os aspectos relativos à conservação da Natureza e da biodiversidade, responsabilidade social e combate às alterações climáticas.
- Vector II – Impactes sobre os Ecossistemas da Transformação e Distribuição de Café
- Implementar metodologias de contabilidade de emissões de CO<sub>2</sub>. Pretende-se reduzir e compensar as emissões de GEE, através do programa ‘Planeta Delta’;
  - Encontrar soluções ecológicas para a valorização energética e sumo (“borras de café”).
- (...)

## SABE QUANTOS DIAS, HORAS E MINUTOS FALTAM PARA 2010?

Uma outra iniciativa à qual a sua empresa pode aderir directamente é o Countdown 2010 ([www.countdown2010.net](http://www.countdown2010.net)). É uma rede informal coordenada pela IUCN – The World Conservation Union e que nasceu do compromisso assumido em 2002, na Cimeira Rio+10, de parar a perda de biodiversidade até 2010. Reúne ao momento 622 parceiros de todo o mundo, entre eles 50 empresas, quer grandes empresas multinacionais, quer pequenas empresas.

Para fazer parte desta rede pode assinar a Declaração Countdown 2010 e enviá-la ao secretariado (descarregue a declaração em Português em [www.countdown2010.net/article/factsheets-and-resources](http://www.countdown2010.net/article/factsheets-and-resources)). As organizações que assinarem esta declaração comprometem-se a:

1. Apoiar a meta para a biodiversidade em 2010
2. Estimular os decisores políticos europeus a actuar
3. Desenvolver acções para reduzir a perda de biodiversidade

Como todas as organizações têm as suas especificidades não existe um modelo único de cooperação. A organização sugere às empresas que definam alguns objectivos e compromissos específicos a atingir.

Dez empresas nacionais estão já comprometidas com o Countdown 2010, algumas delas tinham assinado também o Memorando de Entendimento com o ICNB.

Consegue imaginar como é que uma baleia pode ajudar a gerar energia eólica? A relação parece estranha, mas o desenho das barbatanas de uma espécie de baleia estão a ser usadas como fonte de inspiração para conceber aerogeradores de energia eólica mais eficientes, que permitam produzir mais energia nas mesmas condições de vento.

A biomimética é uma área de estudo científico que tem por objectivo utilizar o design da natureza para resolver problemas de engenharia, ciência dos materiais, medicina e outros âmbitos. Dizem os especialistas que cada espécie é uma história de êxito evolutivo e que temos imenso a aprender com cada uma.

E que relação pode existir entre um peixe e um Mercedes? O Peixe-cofre, um pequeno peixe tropical com um corpo extremamente hidrodinâmico, serviu de inspiração para o protótipo Biónico da Mercedes Benz. O rendimento deste carro é de 30 km por litro de combustível.

#### Mais informação:

Convenção sobre Biodiversidade Biológica: [www.cbd.int/business/](http://www.cbd.int/business/)  
A União Europeia e a Biodiversidade: [ec.europa.eu/environment/nature/biodiversity/](http://ec.europa.eu/environment/nature/biodiversity/)  
Iniciativa Business & Biodiversity: [www.countdown2010.net/business](http://www.countdown2010.net/business)  
Countdown 2010: [www.countdown2010.net](http://www.countdown2010.net)  
Instituto de Conservação da Natureza e Biodiversidade (Portugal): [portal.icnb.pt](http://portal.icnb.pt)

Se quiser entrar nas perspectivas futuras mais actuais sobre negócios e biodiversidade (publicado em Março de 2008) entre em: [www.iucn.org/dbtw-wpd/edocs/2008-002.pdf](http://www.iucn.org/dbtw-wpd/edocs/2008-002.pdf)



# QUEREMOS PRODUZIR MELHOR

## PORQUE...

Para a maior parte das pessoas, os problemas ambientais tornaram-se referências diárias no seu dia a dia a partir dos anos 70 e 80. Além da sua mediatização (acidente nuclear de Chernobyl, o “buraco” da camada de ozono, os alimentos perigosos, os derrames de petróleo...), acontecem nestas décadas os primeiros choques petrolíferos e em 1972 foi confirmado o carácter finito dos recursos fósseis. No entanto, as mudanças no sistema económico - na forma de elaborar produtos e prestar serviços - não acompanharam desde logo estes sinais. Actualmente essas transformações são, mais do que impostas por imperativos ambientais, motivadas por vantagens económicas e são lideradas por “empresas inteligentes”.

Alguns peritos afirmam que para atingir a sustentabilidade nas próximas décadas é necessário mudar radicalmente todo o sistema de produção-consumo nas sociedades industrializadas: é necessária uma ruptura do sistema, caracterizado por uma redução de 90% no consumo de recursos naturais. Ao que acresce actualmente a necessidade de reduzir a “pegada de carbono” das actividades (a quantidade de emissões de dióxido de carbono emitidas, principalmente pela combustão de petróleo, carvão e gás natural, as fontes de energia nas quais baseamos toda a nossa actividade).

Todos os anos a humanidade explora recursos, processa e deita fora 500.000.000.000 de toneladas de materiais. Sabia que menos de 1% dos materiais incorporados num determinado produto ainda fazem parte deste seis meses depois de ser vendido? Ou seja, cada produto tem uma enorme “mochila” oculta... Para uma simples escova de dentes essa mochila é de 1,5 kg (só no que se refere aos resíduos!) e para um computador é de uma tonelada e meia ([www.wupperinst.org](http://www.wupperinst.org)).

O desafio está em superar esta fase excessivamente “recursos intensiva” da nossa economia e pensar de uma forma mais integral nos processos de produção de forma a reduzir o impacto desses produtos no ambiente e nas pessoas.

A boa notícia - dizem os peritos e comprovam-no já várias empresas - é que ir de encontro às necessidades humanas utilizando menos matérias-primas pode ser mais lucrativo e garantir padrões de qualidade de vida superiores do que as permitidas pelas rotinas empresariais actuais.

Na prática falamos de aumentar a eficiência, de produzir o mesmo usando menos, poluindo menos e com uma qualidade que satisfaça o cliente. Em 1997 surgiu o conceito de “Factor 4” (aumentar a eficiência 4 vezes). A OCDE, governos e empresas já adoptaram o “Factor 10”. E o Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável (WBCSD), uma associação de 200 empresas de todo o mundo adoptou já o “Factor 20” (aumentar a eficiência em 20 vezes). E está provado que esta meta não só é factível como permite aumentar os lucros das empresas.

Veja de que forma a sua empresa poderia passar a fazer parte deste grupo de “empresas inteligentes”...

O custo do petróleo - a principal matéria-prima da nossa sociedade - sobe a cada dia. Atingiram-se nos últimos meses os valores mais elevados de sempre. A Goldman Sachs avisa num relatório de Maio de 2008 que o custo vai continuar a subir até atingir os 200 euros por barril num período entre os próximos seis meses a dois anos. O responsável deste relatório, Arjun Murti, é um especialista nesta matéria e afirma que esta subida é positiva pois ajuda-nos a resolver a crise energética acelerando o processo de incentivos para criar uma economia alternativa e para moderar o consumo deste combustível fóssil. [www.goldmansachs.com](http://www.goldmansachs.com)

O Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável está também em Portugal. É uma associação sem fins lucrativos, criada em Outubro de 2001 pela iniciativa das empresas Sonae, Cimpor e Soporcel, associadas ao WBCSD - World Business Council for Sustainable Development, em conjunto com mais 33 empresas de primeira linha da economia nacional, com a missão de transpor para o plano nacional os princípios orientadores do WBCSD. A missão principal do BCSD Portugal é fazer que a liderança empresarial seja catalizadora de uma mudança rumo ao Desenvolvimento Sustentável e promover nas empresas a eco-eficiência, a inovação e a responsabilidade social. O BCSD Portugal é, desde a sua criação, membro da rede regional do WBCSD e conta actualmente com 105 membros. [www.bcsdportugal.org](http://www.bcsdportugal.org) (Portugal)



## ...PODEMOS

As empresas inteligentes (*smart companies*) adoptam métodos de produção mais eco-eficientes, repensam toda a cadeia e ciclo de vida do seu produto (ecodesign) e trabalham para certificar os seus produtos com o rótulo ecológico comunitário, selo de agricultura biológica ou selo de produção florestal sustentável (para os casos em que se aplique). Consideram ainda que o lucro, sendo o principal objectivo da empresa, não pode ser dissociado da protecção do planeta e do bem-estar das pessoas, sejam elas os consumidores, os colaboradores ou mesmo as pessoas nos países mais distantes cujas vidas sofrem um impacto directo pelas políticas empresariais esgrimidas a larga distância...

## ECOEFIÊNCIA

A ecoeficiência, uma filosofia de gestão que visa a optimização de todos os processos envolvidos na criação de um produto ou serviço, de forma a possibilitar o mesmo nível de produção com menor utilização de recursos. De um ponto de vista económico, o incentivo reside na minimização das perdas de materiais, água e energia não utilizados eficazmente no processo de fabrico, mas também na minimização dos custos associados aos tratamentos de fim de linha. Em termos ecológicos, o acento reside na utilização eficiente dos recursos, diminuindo os impactos ambientais negativos associados.

A eco-eficiência representa para o mundo empresarial a possibilidade de atingir mais valor a partir de menos materiais e energia e redução de emissões. Aplica-se a todas as áreas da empresa, desde o marketing ao desenvolvimento do produto, passando pela produção e a distribuição. O WBCSD identificou sete elementos, que os negócios podem utilizar para melhorar a eco-eficiência:

- Redução da intensidade material;
- Redução da intensidade energética;
- Redução da dispersão de substâncias tóxicas;
- Aumento da reciclabilidade;
- Optimização do uso de materiais renováveis;
- Prolongamento do ciclo de vida do produto;
- Aumento da intensidade do serviço.

A RSE Portugal é uma outra organização a conhecer. Essencialmente constituída por empresas e para empresas pretende assumir-se como uma referência nacional na área da Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

Segundo o Livro Verde para a RSE, publicado pela Comissão Europeia, é a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais, por parte das empresas, nas suas operações e na sua interacção com as outras partes interessadas. As duas dimensões da SER são: (1) Interna - adopção de políticas de recrutamento não discriminatórias; acesso a formação; equilíbrio família-trabalho; higiene e segurança. e (2) Externa - cooperação com a comunidade, responsabilidade ambiental; mecenato.

[www.rseportugal.eu](http://www.rseportugal.eu)





## PROCURANDO OPORTUNIDADES ECO-EFICIENTES



Todos os departamentos dentro da empresa podem contribuir para aumentar a ecoeficiência: processo de fabrico, compras, investigação e desenvolvimento, vendas, marketing, administração, todos têm um papel a desempenhar. Muitas empresas, reconhecendo esta situação, integraram a eco-eficiência na estratégia global do negócio. Aperceberam-se de que as oportunidades-chave da ecoeficiência não se limitam à unidade fabril, estendendo-se a toda a cadeia de fornecimento, assim como à utilização dos serviços e produtos.

## E como pode uma empresa aplicar a eco-eficiência?

1. Pode fazer a reengenharia dos processos, para reduzir o consumo de recursos, a poluição e evitar riscos, ao mesmo tempo que poupa custos. A experiência mostra que há diversas possibilidades, algumas evidentes, outras menos óbvias. Invariavelmente, todos os colaboradores têm de estar envolvidos na identificação de oportunidades e em fazer as mudanças necessárias para as agarrar. Mudanças de processo podem também estar relacionadas com a actividade do fornecedor, assim como a distribuição, a utilização dada pelos clientes ou a eliminação.

2. Ao cooperar com outras empresas, muitos negócios encontraram formas criativas de revalorizar os sub-produtos. Ao lutar por desperdício-zero aperceberam-se de que o chamado "desperdício" dos seus processos pode ter valor para outra empresa.

3. A empresa pode tornar-se mais ecoeficiente ao reconceber os seus produtos. Produtos com regras de concepção ecológicas são frequentemente mais baratos de produzir e utilizar. A sua concepção mais pequena e simples, inclui uma menor variedade de materiais, sendo mais fáceis de desmontar para reciclagem. Por vezes, encerram uma funcionalidade maior, permitem uma melhor serventia e uma maior possibilidade de aperfeiçoamento. Dado que podem fornecer um valor acrescentado aos utilizadores, minimizando a influência ambiental relacionada com a utilização, são produtos eco-eficientes.

4. Encontrar novas formas de ir ao encontro das necessidades dos clientes ou doudras partes interessadas, repensando os mercados e reformulando totalmente a procura e a oferta. Hoje em dia, muitas das necessidades dos clientes são satisfeitas com base na utilização intensiva de material e energia. No entanto, há formas diferentes e melhores de o fazer, por exemplo, em vez de vender um produto, fornecer um serviço, em que a intensidade total de material e energia pode ser reduzida. Abrem-se, deste modo, oportunidades para um novo crescimento económico e maior rentabilidade.

## ECODESIGN

O ecodesign merece uma atenção particular, já que é na fase de concepção de um produto ou de um serviço que ficam determinados praticamente todos os custos ambientais, económicos e sociais de um produto. Assim, esta disciplina surge como uma oportunidade para reduzir o impacte dos produtos e para tornar os produtos em mais-valias reais para os consumidores. Os princípios do ecodesign, além de vários partilhados com a ecoeficiência, são os seguintes (Fuad-Luke, 2002):

1. Criar produtos que satisfaçam necessidades reais em vez de responder a necessidades efémeras ditadas pelo mercado ou pela moda;
2. Criar de forma a permitir a maximização da satisfação do utilizador e educar o consumidor a contribuir para um mundo mais justo;
3. Criar de maneira a utilizar os recursos locais sempre que possível;
4. Criar sempre evitando a letargia da inovação, ou seja, re-examinando a todos os momentos os pressupostos originais da criação do produto
5. Criar serviços em vez de produtos sempre que possível
6. Criar para maximizar o bem-estar da comunidade
7. Criar de forma a permitir a modularidade e a multifunção.

Consulte [www.zeroresiduos.info](http://www.zeroresiduos.info) para ver exemplos.

## FASE DO CICLO DE VIDA

### PRÉ-PRODUÇÃO

### SELECÇÃO DAS MATÉRIAS-PRIMAS

### PRODUÇÃO

### TRANSPORTE/DISTRIBUIÇÃO

### UTILIZAÇÃO/FUNCIONALIDADE

### FIM DE VIDA E DESTINO FINAL

## ALGUMAS TÉCNICAS DE ECODESIGN

### TÉCNICA

Avaliar o processo de conversão do produto em serviço. Um exemplo da desmaterialização é o serviço de "voicemail" ou aluguer de veículos. Produto actualizável e que seja facilmente reparado e sujeito a manutenção periódica.

Produto que não esteja sujeito às modas.

Seleccionar matérias-primas abundantes na Terra e biodegradáveis.

Utilizar materiais não compostos. Este processo simplifica a reciclagem.

Usar recursos que se renovem naturalmente.

Sistema de produção no qual se tenta reduzir a produção de resíduos e emissões para os solos, ar e água.

Criar um produto fácil de montar e desmontar e sem destruição de componentes.

Reduzir ao máximo a quantidade de materiais necessários.

Produto que pode ser espalmado para ser armazenado (optimiza espaço de armazenamento e transporte)

Produto concebido com a preocupação de otimizar a embalagem por unidade de área e minimizar o peso.

Embalagem que pode ser utilizada mais do que uma vez.

Sistemas de partilha do produto em detrimento da posse individual, aumentando a eficiência de utilização.

Produto cujas características podem ser alteradas de acordo com as necessidades do cliente.

Produto capaz de desempenhar duas ou mais funções.

Produto que é fácil de actualizar através da substituição de componentes.

Produto com boas instruções e cuja manutenção seja fácil.

Produto forte, durável e produzido sob estreitos padrões de qualidade.

Produto que funciona com energia fornecida pela força humana.

Produto que pode ser reutilizado, reciclado ou ramanufaturado evitando a sua deposição em aterro.

Sistema de recolha do produto usado para que os seus componentes e/ou materiais possam ser reutilizados e reciclados.

Na fase de concepção de um produto, muito antes de se começar a produzir, os custos associados ao seu ciclo de vida - quer económicos, quer ambientais - já foram quase totalmente predeterminados. As escolhas feitas na fase de concepção vão ser determinantes do sucesso e impacto do seu produto.

O impacte total de um produto é o somatório de todos os impactes resultantes das fases de extracção de matérias-primas, produção, distribuição, utilização e destino final. Estas fases constituem o ciclo de vida do produto.

### Um exemplo!

O grande retalhista Wal-Mart assumiu o compromisso de reduzir os resíduos de embalagem em 5% até 2013, o que calcula como o equivalente a retirar das estradas 213.000 camiões e 324.000 toneladas de CO2. Para isso está a trabalhar com os seus cerca de 60.000 fornecedores para que estes reduzam as embalagens.

Um desses fornecedores, a empresa Kid Connection, de brinquedos, redesenhou as suas embalagens para as tornar mais pequenas. Só o Wal-Mart poupou com esta medida o transporte de 427 contentores de transporte naval para conduzir até aos seus supermercados exactamente o mesmo número de brinquedos. Poupam assim 2,4 milhões de dólares em transporte, 3.800 árvores e 1.300 barris de petróleo.



## RÓTULO ECOLÓGICO EUROPEU

Um produto ecológico é todo aquele produto cuja incidência sobre o ambiente ou a saúde é mínima em todas as fases do seu ciclo de vida. Os produtores que possam provar que o seu produto respeita um conjunto de critérios ambientais pode voluntariamente candidatar-se ao rótulo ecológico da UE.

O sistema do rótulo ecológico da UE está aberto a qualquer produto ou serviço, com excepção de alimentos, bebidas, produtos farmacêuticos e dispositivos médicos. Actualmente, existem 23 grupos de produtos que podem beneficiar do rótulo ecológico e que vão de serviços de alojamento turístico, electrodomésticos, produtos de limpeza e colchões de cama a equipamento de escritório, produtos de jardinagem e artigos para bricolagem.

O rótulo ecológico é gerido pelo Comité do Rótulo Ecológico da União Europeia (CREUE) e conta com o apoio da Comissão Europeia e de todos os Estados-Membros da União Europeia e do Espaço Económico Europeu (EEE). Os membros do comité do rótulo ecológico incluem representantes da indústria, de organizações de protecção do ambiente e de organizações de consumidores.

Actualmente, existem 23 grupos de produtos e foram concedidas mais de 250 autorizações cobrindo várias centenas de produtos.



Em Portugal existem vários produtos com Rótulo Ecológico Europeu:

**Têxteis**  
Naturapura Clothing  
www.naturapura.pt  
LASA - Armando da Silva Antunes, S.A.  
www.lasanet.pt

ENTIDADE COMPETENTE PELO RÓTULO ECOLÓGICO  
EUROPEU EM PORTUGAL  
Direcção Geral da Empresa  
Paula Gomes  
Avenida Visconde Valmor, N° 72, 1069-041 Lisboa  
Portugal  
tel: (+351) 217 919102 | fax: (+351) 217 965158  
paula.gomes@dgempresa.min-economia.pt  
www.dgcc.pt/59.htm#1

Toda a informação útil para as empresas se candidatarem está disponível em: [ec.europa.eu/environment/ecolabel/whats\\_eco/producers\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/whats_eco/producers_en.htm)  
[www.eco-label.com/portuguese/](http://www.eco-label.com/portuguese/)

As empresas de venda a retalho também podem candidatar produtos comercializados com a sua própria marca. Se o caso da sua empresa está nesta categoria consulte:

[ec.europa.eu/environment/ecolabel/whats\\_eco/ov\\_st\\_retailers\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/whats_eco/ov_st_retailers_en.htm)

## AGRICULTURA BIOLÓGICA

Ao método de produção agrícola e pecuária que não usa pesticidas nem adubos químicos de síntese, nem organismos geneticamente modificados (OGM) dá-se o nome de agricultura biológica. Este tipo de agricultura é um método respeitador do ambiente e o seu principal objectivo é produzir alimentos mais saudáveis, de qualidade nutricional superior, favorecendo a conservação e renovação dos recursos naturais, aumentando a fertilidade dos solos e protegendo a biodiversidade.

Os produtos alimentares provenientes de agricultura biológica apresentam, de um modo geral, um selo de garantia atribuído por uma empresa de certificação devidamente autorizada para o efeito.

A Agrobio é a associação nacional que está dedicada à defesa e o desenvolvimento da Agricultura Biológica em Portugal desde 1985. Reúne cerca de 4.000 associados, entre consumidores, agricultores e transformadores ou comerciantes e garante aos produtores assistência técnica.

[www.agrobio.pt](http://www.agrobio.pt)

A agricultura biológica é um sector em franco crescimento na Europa e em Portugal. Veja no site da Confederação das Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola de Portugal informação útil sobre o tema:

[www.confagri.pt/PoliticaAgricola/Temas/AgriculturaBiologica](http://www.confagri.pt/PoliticaAgricola/Temas/AgriculturaBiologica)

O mercado mundial de alimentos biológicos gerou, em 2006, uma facturação de 25.449 milhões de euros, mais 14,8 por cento do lucro atingido no ano anterior, segundo os últimos dados internacionais disponíveis sobre o sector.



Designam-se por produtos da Agricultura Biológica os produtos vegetais ("comestíveis" ou não, como as flores, as fibras de algodão, de cânhamo ou de linho, as ervas usadas para fins terapêuticos, a cortiça, etc.) e os produtos destinados à alimentação humana compostos essencialmente por um ou mais ingredientes de origem vegetal, desde que obtidos com regras de produção muito precisas. A partir de 24 de Agosto de 2000, passou também a estar incluída a produção de animais e de produtos de origem animal (carnes de bovino, de ovino, de caprino e de suíno, aves e ovos, leite, mel e outros produtos da apicultura) bem como de produtos transformados de origem animal, destinados à alimentação humana. A partir de 6 de Agosto de 2003 estão também abrangidos os alimentos para animais, alimentos compostos para animais e matérias-primas para alimentação animal. Não estão cobertos os produtos da caça, da pesca e da aquacultura, as essências aromáticas, o sal, o vinho, o vinagre de vinho e as aguardentes vinicas.



# QUEREMOS UMA COMUNIDADE MAIS JUSTA



## PORQUE...

Vivemos numa sociedade desequilibrada na qual frequentemente se ultrapassam os limites da justiça ambiental e social, quer entre diferentes regiões do planeta, quer entre diferentes zonas do nosso país ou mesmo ao nosso lado... Num mundo mais sustentável é essencial, entre outros, uma melhor distribuição de direitos e oportunidades, bem como uma vida mais saudável, realizada e equilibrada para cada um.

Hoje em dia a qualidade de vida de um país já não é medida exclusivamente pelo seu produto interno bruto. Pode ser também medida por outros indicadores sociais e ambientais. Recentemente também se fazem cálculos dos níveis de felicidade ([www.grossinternationalhappiness.org](http://www.grossinternationalhappiness.org)). E Portugal não está bem classificado em comparação com os seus vizinhos europeus no que toca a este índice ... Muitos motivos concorrerão para este estado de (in)felicidade nacional, mas não há dúvida que alguns deles estão relacionados com falta de emprego ou situação profissional precária, dificuldade em conciliar vida familiar e profissional, hábitos alimentares pouco equilibrados, falta de tempo para actividades físicas e/ou de desenvolvimento pessoal, sentimento de impotência perante decisões importantes ao nível da comunidade mais próxima, como a empresa, entre outros.

Observando alguns dos factores que causam descontentamento à sociedade portuguesa não é difícil concluir que as empresas podem ter um importante papel activo na transformação deste sentimento. Ao facilitar medidas de conciliação entre a vida familiar e profissional, ao estimular hábitos de vida mais saudáveis, ao envolver os colaboradores nas decisões que os vão afectar, ao estimular um sentimento de pertença a uma organização socialmente e ambientalmente responsável, ao promover o desenvolvimento pessoal e profissional do colaborador, ao contratar pessoas mais desfavorecidas, a empresa está a estimular o seu crescimento económico (vários estudos relacionam directamente a motivação e satisfação dos colaboradores com a produtividade da empresa), ao mesmo tempo que garante o desenvolvimento social...

O público português tem grandes expectativas relativamente ao papel das empresas: 2/3 dos consumidores portugueses acreditam que as empresas não dão a devida atenção às suas responsabilidades sociais. A qualidade dos produtos, o serviço ao cliente, o empenho nas suas responsabilidades sociais, o respeito pelos direitos humanos e a existência de um ambiente de trabalho seguro e saudável, foram os factores considerados mais importantes pelos portugueses quando fazem um juízo sobre uma empresa.

[www.rseportugal.eu](http://www.rseportugal.eu)

**Um bom exemplo!** A Novadelta S.A. foi a primeira empresa portuguesa a implementar a Certificação de Responsabilidade Social SA 8000 - um padrão ético desenvolvido para promover o negócio socialmente responsável.

Os portugueses, de acordo com um recente estudo, mostram-se como um dos povos menos felizes da União Europeia. Um dado complementar vem corroborar esta informação: Portugal é o segundo país da Europa Ocidental com maior consumo de anti depressivos. O número de embalagens por habitante passou de 0,25, em 2000, para 0,42, cinco anos depois, o que representa um aumento de 68%. Segundo a Organização Mundial de Saúde, estima-se que em Portugal a depressão afecte 20% da população. É já a principal causa de incapacidades e a segunda causa de perda de anos de vida saudáveis, representando ainda um elevado custo para o Sistema Nacional de Saúde.

## ...PODEMOS

As “empresas inteligentes” ou “socialmente responsáveis” têm como objectivo, além de obter os legítimos lucros, contribuir para a melhoria da sociedade, devendo ter uma atenção especial com os seus colaboradores, com a comunidade onde estão inseridas e com a comunidade global, promovendo um verdadeiro desenvolvimento mais equilibrado e são para todos.

## 1. COLABORADORES

### Promover hábitos saudáveis

A empresa deve estimular os seus colaboradores a fazer actividade física (por exemplo, algumas já têm ginásio e outras têm contratos com ginásios que garantem descontos). Algumas empresas na Europa dão benefícios aos colaboradores que utilizem bicicleta em vez de carro para chegar ao trabalho ou àqueles que não fumem...

Uma outra forma de a empresa actuar ao nível da saúde é através da alimentação: garantir aos colaboradores o tempo necessário para uma refeição normal (evitando a comida rápida, geralmente muito menos equilibrada) e, no caso de ter cantina, actuar ao nível dos menus aumentando a fatia de frutas e verduras em relação aos outros alimentos da roda alimentar.

### Permitir um equilíbrio entre vida profissional e familiar

Flexibilizar horários e atribuir a cada colaborador o volume de tarefas adequada para as horas de trabalho normais são dois importantes aspectos. Algumas empresas já têm infantários para os filhos dos colaboradores e é comum organizarem actividades para os colaboradores e suas famílias.

### Garantir a igualdade de oportunidades

Dar a todos os colaboradores um tratamento equitativo independentemente do seu sexo. Uma realidade estatisticamente demonstrada, é a de que as mulheres ganham geralmente menos que os homens ao desenvolver exactamente a mesma função...

Fazer uma discriminação positiva de pessoas com deficiência e de pessoas mais carenciadas é uma prática adoptada por várias empresas.

### Estimular boas práticas ambientais

Através do exemplo – separação de resíduos, redução das embalagens, instalação de mecanismos de poupança de água, entre outros – a empresa poderá estimular boas práticas não só na empresa como nas suas casas. Uma boa forma de levar estes temas aos colaboradores passa por organizar ciclos de conferências internos convidando especialistas para vir falar sobre certos temas (durante o horário de expediente). Várias empresas reservam uma sexta-feira à tarde por mês para iniciativas desta natureza.

### Promover a participação dos colaboradores nas decisões

Se a empresa tem algum repto importante porque não abrir a possibilidade aos colaboradores de contribuir para encontrar soluções? Algumas empresas aplicam esta medida e abrem uma “caixa de sugestões” aos seus colaboradores para tentar encontrar formas de optimizar o seu circuito produtivo. As sugestões que provem ter viabilidade, forem implementadas e garantirem poupanças serão financeiramente remuneradas.

## 2. COMUNIDADE LOCAL

Uma empresa, independentemente do local onde esteja localizada, tem sempre um impacto no seu meio social e ambiental circundante. Quanto maior for a empresa, potencialmente maior é esse impacto. Uma empresa responsável tenta analisar esse impacto e potenciar os aspectos positivos (geração de emprego ou de actividade económica ao seu redor) e reduzir os negativos (poluição). Pode ainda criar sistemas de apoio a organizações não governamentais locais, estimular o conhecimento e as tradições locais e fomentar a criatividade dos jovens locais através de concursos de ideias e de projectos, numa relação win-win.

## 3. COMUNIDADE GLOBAL

Dado que 70% da população nos países menos desenvolvidos conta com a agricultura para a sua subsistência, as práticas comerciais injustas têm um impacto acrescido nas pessoas mais pobres. As políticas comerciais de uma “empresa inteligente” devem considerar a situação especial e os obstáculos com que se deparam os países em desenvolvimento na economia global e tentar contribuir para ter um impacto positivo no desenvolvimento e no cumprimento dos Objectivos do Milénio (um compromisso firmado em 2000 pelas Nações Unidas). Por exemplo, a empresa pode promover um circuito de comércio justo, que é um tipo de relação comercial onde o produtor (agricultor ou artesão) recebe remuneração justa pelo seu trabalho. Neste comércio eliminam-se os intermediários ao mínimo necessário. Para citar um exemplo de uma empresa nacional, a Novadelta lançou recentemente o café “Delta Comércio Justo”. Este café, 100% do Comércio Justo, é comprado em verde a organizações na Guatemala, Índia e Etiópia, e é misturado, torrefeito e embalado pela Delta.



# CONTACTOS

**Câmara Municipal da Maia**  
Praça do Doutor José Vieira de Carvalho  
4470-202 Maia  
Telef: 229 408 600  
www.cm-maia.pt  
e-mail: geral@cm-maia.pt

**Portal do Ambiente e do Cidadão**  
ambiente.maiadigital.pt/

**Centro de Emprego da Maia**  
Rua Dr. Carlos Felgueiras, 418  
4470 Maia  
Telef: 229 432 700  
Fax: 229 432 701  
www.iefp.pt/iefp/rede/listagem/Paginas/26.aspx

**Turismo Maia**  
**Welcome Center**  
**Parque Central da Maia**  
1º Piso – Loja 19,  
Rua Simão Bolívar  
Telef: 229 444 732  
turismo.maiadigital.pt/

**Deco**  
www.deco.proteste.pt/

**Tecmaia**  
Rua Eng.º Frederico Ulrich, 2650  
Moreira da Maia  
4470-605 Maia  
Telef: 229 408 200  
Fax: 229 408 201  
www.tecmaia.com.pt/site/

**Maiambiente**  
**Empresa Municipal do Ambiente, E.M.**  
Rua Central do Sobreiro, s/n  
4470-272 Vermoim Maia  
Telef: 229 478 130  
www.maiambiente.pt  
geral@maiaambiente.pt

**Univa – Unimaia**  
**Unidade de Inserção na Vida Activa**  
Casa do Alto – Rua António Simões  
4425-619 Pedrouços Maia  
Telef: 229 059 524

**Quercus**  
Quinta da Gruta  
R. João Maia, nº 540 4  
475 - 643 Avioso (Sta. Maria)  
Telef/Fax: 222 011 065  
porto.quercus.pt/

**Lipor**  
**Serviço Intermunicipalizado de**  
**Gestão de Resíduos do Grande Porto**  
Apartado 1519  
4435-996 Baguim do Monte  
Telef: 229 771 000  
www.lipor.pt

**Gabinete de Informação Lipor**  
Telef: 229 770 181

**Portal empresarial**  
negocios.maiadigital.pt/

**Associação Empresarial da Maia**  
Rua José Rodrigues Silva Júnior, 327  
4470-316 Maia  
Telef: 229 448 023  
Fax 229 410 457  
www.aem.pt  
geral@aem.pt



## FICHA TÉCNICA

Ideia Original: ESB da Universidade Católica Portuguesa / Intervir +  
[www.cidadessustentaveis.info](http://www.cidadessustentaveis.info)



**CATÓLICA**  
UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA | PORTO  
Escola Superior de Biotecnologia

Conceito, conteúdos e design gráfico:  
maismomentos – ambiente, sensibilização e cidadania  
[www.maismomentos.com](http://www.maismomentos.com)



**maismomentos**  
AMBIENTE, SENSIBILIZAÇÃO E CIDADANIA

Parceiro para esta edição:  
Câmara Municipal da Maia



Fotografia de Capa:  
Ramón Ruiz

Junho 2008  
Esta versão do guia “Uma Empresa + Sustentável. Querer é Poder”  
é para utilização exclusiva na Internet.