

**Módulo 6**  
**Unidade 9**

Título do Projeto	Planeamento Estratégico e o Empreendedorismo Social
Acrónimo do Projeto	SESP
Número do Contrato	2011 - 1 - BG1 - LE005 - 05037
Tipo de Documento	Serviço / Produto
Número	4
Data	28/09/2012
Autoria	Reda Nausedaite (SARETAS)
Editores	Antoniya Pavlova (Samaritans Association)
Pacote de Trabalho	WP 3 - Modelo e Conteúdo de Aprendizagem
Disponibilidade do Documento	Documento Interno



Education and Culture DG

Lifelong Learning Programme

Este projeto foi financiado com o apoio da Comissão Europeia. Esta publicação reflete apenas a perspetiva dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nela contidas.

## Índice de Conteúdos

### Módulo 6 *Marketing* De Empresas Sociais

#### Unidade 9: Go Green/Seja Ecológico

Entrada .....	3
Palavras-chave .....	3
Objetivo de Aprendizagem .....	3
Tempo Estimado .....	3
Introdução.....	3
9.1. O que é o Negócio Ecológico? .....	4
9.2. Construindo Empresas Ecológicas .....	6
Sumário dos Pontos-chave .....	7
9.3. Operação Empresa Ecológica: Pensamento e Práticas.....	7
9.4. <i>Marketing</i> Ecológico e Branding/Marca .....	10
9.4.1. Direito ao Rótulo Ecológico para a Marca .....	10
9.4.2. Quais São as Formas de Maximizar o Valor Potencial do seu Produto Usando uma Estratégia Ecológica? .....	11
9.4.3. Marketing Verde Tranquilo .....	13
9.5. Empresa Social Ecológica: Estudo de Caso.....	14
9.5.1. Promover a Reciclagem .....	15
Sumário dos Objetivos de Aprendizagem.....	15
Glossário dos Termos.....	18

## Unidade 9: *Go Green*/Seja Ecológico

---

### Entrada

#### Palavras-chave

*Empresa social, Meio ambiente, Sustentabilidade, Estratégia ecológico/ecológica, Empreendedorismo social.*

#### Objetivo de Aprendizagem



Esta unidade tem como objetivo mostrar como transformar negócios em práticas ecológicas, e compreender a importância de manter uma estratégia ecológica. O sucesso do negócio ecológico tem demonstrado que é economicamente viável e, de facto, muito sensato fazer negócios de forma sustentável e de modo ambientalmente amigável. Esta unidade irá explicar os fundamentos do negócio ecológico e demonstrar os métodos para a aplicação efetiva de uma estratégia ecológica.

#### Tempo Estimado



Irá demorar cerca de **60 minutos** para percorrer todo o módulo. Necessita de tempo adicional para fazer os exercícios e aplicar as diferentes ferramentas.

#### Introdução



O que significa "*Go Green*?" Tornar-se Ecológico significa que a adoção de certas práticas e hábitos que reduzem o seu impacto sobre o meio ambiente. Essas práticas podem incluir a reciclagem, reduzir o consumo de energia, usar o transporte público, a compra de produtos locais, etc.

A adoção de práticas de negócios ambientalmente responsáveis pode conseguir abrir novas oportunidades. A mudança para uma estrutura de negócio sustentável fornece nichos numerosos de serviços que os indivíduos empreendedores e empresas sociais podem identificar com sucesso. Estes incluem o desenvolvimento de novos produtos e serviços, melhorar a eficiência das empresas existentes; novos métodos de *marketing*; reconfigurar modelos existentes de empresas e práticas, e assim por diante.

### **9.1. O que é o Negócio Ecológico?**

O "negócio ecológico" é uma expressão usada em discussões e práticas de negócios que se preocupam com a conservação do ambiente. No início do século 21, muitas empresas começaram a capitalizar o desejo crescente dos consumidores para o negócio sustentável, para as práticas ecológicas, para torná-los mais amigos do ambiente. Empresários, às vezes conhecidos como Eco empresários, abriram negócios com uma tendência ecológica. Hoje, o negócio ecológico é um ramo extremamente rentável no mundo dos negócios, e inclui uma série de empresas, desde empresas multinacionais prestigiadas a pequenas empresas de base local.

Para ser considerado um negócio ecológico, a empresa deve usar práticas que são vistas como sustentáveis e ambientalmente amigáveis. Essas práticas podem incluir o uso de produtos orgânicos e naturais para construir as fábricas, proteções mais rígidas contra as emissões, e ambientalmente responsável pelo abastecimento de suprimentos.

Exemplo: Um negócio ecológico de roupa iria procurar algodão orgânico, comércio justo para promover uma imagem ambientalmente amigável, e pode ter uma fábrica com um teto amigo do ambiente, ou pode adquirir painéis solares. Muitos negócios ecológicos também estão preocupados com a exploração humana e animal, e fazem uma tentativa de criar produtos livres de crueldade e pagar bem aos seus trabalhadores, além de proporcionar-lhes benefícios.

O objetivo de um negócio ecológico é o de manter a sua pegada ambiental de pequeno porte, reduzindo o desperdício e reutilização de materiais, tanto quanto possível. Muitos usam técnicas inovadoras de construção para as suas instalações que se destinam a promover a eficiência energética, juntamente com os materiais de construção que sejam ambientalmente amigáveis como os painéis fabricados a partir de materiais reciclados. Essas empresas também incentivam os seus trabalhadores a pensar no meio ambiente quando geram material impresso e a considerar novos produtos.

Um negócio ecológico pode vender todos os tipos de coisas. Muitos fabricantes de automóveis, por exemplo, têm fábricas e escritórios de modelo ecológico para convencer os seus consumidores-alvo que estão preocupados com o meio ambiente. Muitos negócios ecológicos também oferecem produtos ecológicos, que vão desde banheiros de compostagem para a arquitetura ecológica. Quando uma empresa oferece produtos ambientalmente respeitadores, muitos consumidores

também assumem que a própria empresa é ambientalmente responsável, porque os seus produtos refletem essa preocupação.

O sucesso do negócio ecológico tem demonstrado que é economicamente viável e, de facto, é muito sensato fazer negócios de forma sustentável e ambientalmente amigável. Também se tem vindo a incentivar o crescimento de iniciativas que são projetadas para beneficiar o meio ambiente, desde o comércio de carbono com benefícios fiscais para pessoas que fazem escolhas energeticamente eficientes através de modificações nas suas casas. No entanto, também tem dado origem a "*greenwashing*", uma tendência exibida por empresas que querem aproveitar a revolução ecológica nos negócios sem realmente fazerem algo de concreto nesse sentido. Quando as empresas se introduzem no mercado de forma agressiva, como ecológicas, pode ser importante fazer uma pesquisa mais profunda para garantir que não são *greenwashing* nem uma tentativa falseada de angariar clientes.



**EXERCÍCIO:** Pense: qual a importância para o empreendedor social de integrar a consciência ambiental nas suas práticas de negócios?

Há muitas razões, mas talvez a mais importante é a consistência das suas atitudes. Se promove a tomada de consciência nesta matéria e, em simultâneo, apoia uma causa não-ecológica, enquanto se recusa a implementar as medidas mais básicas para ser ambientalmente responsável, mais cedo ou mais tarde, as pessoas vão questionar o seu compromisso com a causa que você diz defender.



Aqui está o porquê: Enquanto empreendedor social, os seus colaboradores, os seus clientes, os seus investidores e outros agentes interessados devem admirar o seu compromisso de tornar o mundo um lugar melhor e assumir que o seu compromisso vai além da causa que defende. Do ponto de vista da sua perspectiva, a recusa em aplicar cada vez mais práticas ecológicas comuns no negócio pode transformar-se em hipocrisia - o "*kryptonita*" de empreendedorismo social!

Felizmente, o processo de abertura de um negócio ecológico não tem que ser complicado e pode realmente conseguir economizar dinheiro para a sua empresa. Não tem que instalar uma matriz de energia solar para ser ambientalmente consciente.

## Sumário dos Pontos-chave



O objetivo principal desta unidade é reconhecer a relevância de uma estratégia ecológica para uma empresa social. Um negócio ecológico é uma maneira original de fazer negócios. O objetivo de um negócio ecológico é o de manter a sua pegada ambiental de pequeno porte, reduzindo o desperdício e aumentando a reutilização de materiais, tanto quanto possível.



### 9.2. Construindo Empresas Ecológicas

Incubar empresas sociais para atingir metas sociais e ambientais de uma maneira sustentável é desejável. Com a crescente pressão sobre o sector privado para que este ajude a mitigar a mudança climática e reduzir a pobreza por ser mais eficiente na utilização de recursos, a redução de emissões e criação de empregos "ecológicos", é sem dúvida um papel maior para as empresas sociais. Os maiores desafios enfrentados pelas empresas são, muitas vezes, sociais e no sentido de tentarem incrementar as atividades de integração na economia padrão. Superar esses obstáculos requer capacidade de financiamento e parceria.

Pode ser agrupar o edifício e a empresa ecológica em três ramos de ação:

#### 1. Reciclagem

A reciclagem é uma das atividades mais simples e imediata que pode fazer para promover a consciência ambiental na sua empresa. Papel, latas, papelão, etc. – a maioria das comunidades têm programas de reciclagem capazes de lidar com esse tipo de materiais. Mas numa empresa de pequena dimensão, há oportunidades variadas de reciclagem de outros materiais que reclamam a sua atenção, como cartuchos de tinta, *hardware* desatualizado, fluídos industriais. Não se esqueça de comunicar os seus esforços de reciclagem aos seus clientes.

#### 2. Produto e seleção de abastecimento

Em muitos casos, as escolhas ecologicamente corretas do produto estão disponíveis a partir de vendedores, fornecedores e distribuidores. Posteriormente, as suas conversas com os fornecedores devem começar a incluir a discussão de alternativas ecológicas na linha de produtos. Se o produto ecológico é de qualidade semelhante e pode ser adquirido a um preço similar, realmente não existe justificação para escolher a opção não-ecológica. Além de ajudar o meio ambiente, pode alcançar

benefícios na sua empresa a nível de embalagem do produto e *design* - o que, sem dúvida, destaca os seus produtos pelo alerta para as vantagens ambientais.

### 3. Conservação de Energia

Economizar energia é uma escolha óbvia para um pequeno negócio. Com os preços da energia a dispararem, cada grama de esforço que coloque na conservação de energia tem um impacto direto na sua empresa. A ideia de conservação de energia também é popular entre os consumidores. Se pode comunicar eficazmente os seus esforços de conservação, poderá não apenas aumentar o seu negócio, mas também consolidar a sua imagem empresarial social junto dos seus clientes.

Um dos fatores mais importantes para perceber oportunidades empresariais sociais ecológicas é garantir que há a ambição, coragem e liderança a altos níveis do serviço público para implementar e facilitar as reformas ecológicas antes descritas. Estruturas fortes, processos claros e linhas de prestação de contas devem ser postas em prática para realizar o potencial ecológico da empresa.



**EXERCÍCIO:** Agora é a sua vez. Que ações sua empresa / organização poderia adotar para fortalecer a implementação de uma estratégia ecológica?

#### Sumário dos Pontos-chave



O objetivo principal desta unidade foi o de promover o reconhecimento de ações que podem ser adotadas para expandir as oportunidades ecológicas das empresas sociais. Seleção de energia do produto, conservação e abastecimento e reciclagem são as ações básicas de construção de uma empresa ecológica.

### 9.3. Operação Empresa Ecológica: Pensamento e Práticas



Começar um negócio ecológico (ou tornar um já existente mais ecológico) muitas vezes pode parecer uma tarefa assustadora: nem sempre é fácil perceber de como as pequenas coisas que podemos fazer no dia-a-dia contribuem para clarear a pegada no planeta e reduzir o aquecimento global.

Felizmente, muitas práticas de negócios ecológicos não são apenas amigas do ambiente, mas são

também amigáveis para o orçamento da empresa. Assim, mesmo se os benefícios para o planeta são difíceis de ver, os benefícios para a sua empresa podem ser mais visíveis.

Eis uma lista acessível de 10 operações simples para uma empresa mais ecológica:

### 1. Menos impressão = utilizar menos papel

O papel representa cerca de 35% do nosso fluxo de resíduos - mesmo que seja um dos mais fáceis materiais para reutilizar e reciclar! Pode ajudar a reduzir este desperdício usando tão pouco papel quanto possível. Primeiro de tudo, não precisa imprimir todos os *e-mails*!. Pode incentivar outras pessoas a não imprimir os seus *e-mails* também. Pode fazer cópias de segurança de arquivos importantes e *e-mails* e mantê-los num disco externo, em vez de armazenar caixas de arquivos em papel. Quando precisa imprimir documentos importantes, certifique-se que está a usar um papel sustentável e defina a impressora ou copiadora para imprimir em ambos os lados da página.

### 2. Documentos digitais

Uma ótima maneira de reduzir o uso de papel e obter contratos e documentos assinados mais rapidamente é a utilização de assinaturas eletrônicas. O Adobe Acrobat Professional permite que você assine digitalmente arquivos PDF, bem como lhe permite criar documentos PDF com campos de assinatura para os clientes que têm que assinar. Ou pode usar o *software* como DocuSign ou assinatura eletrônica para assinar documentos de forma segura e obter assinaturas de clientes e fornecedores. Os clientes podem e-assinar os documentos e enviá-los de volta, e ambas as partes têm uma cópia assinada, sem ter que gastar papel. Também pode ser usado o *PayPal* para enviar faturas, o que permite aceitar cartões de crédito e receber o pagamento imediato.

### 3. Desligue a tomada

Não trabalha durante toda a noite, então porque é que o seu computador precisa estar ligado? Desligue tudo que puder antes de sair do escritório: computador, impressora, disco rígido externo, e outros aparelhos de escritório em linha. Desligue-os para garantir que nenhum dos aparelhos está a gastar desnecessariamente energia. Também pode programar o computador para se desligar automaticamente ao fim de um certo tempo sem estar a ser usado, no caso de se esquecer de o fazer. Também pode configurar o monitor para desligar depois de alguns minutos de inatividade. E



nunca deixar os carregadores (como os dos telemóveis) ligados, mesmo depois de já terem a carga completa. Eles estão a gastar energia mesmo que não estejam a ser usados e permanecem em recarga. Falando de eficiência energética, certifique-se de ter o seu escritório equipado com aparelhos e lâmpadas compactas fluorescentes de economia de energia.

#### 4. Não desperdiçar!

De forma a facilitar a recolha, tenha cestos de reciclagem de papel em locais convenientes em todo o escritório, como ao lado de fotocopiadoras e caixas de correio. Mantenha caixas claramente identificadas em vários locais centrais, como salas de descanso.

#### 5. Trabalhe com empresas com o mesmo espírito

Seguramente que existem empresas na sua área que partilham as suas preocupações de responsabilidade ecológica. Trabalhe em rede e use os seus serviços sempre que possível. Parte de ser um negócio ecológico é assegurar também que faz o seu melhor para garantir que a sua cadeia de abastecimento é ecológica. Procure fornecedores ecológicos para as suas necessidades de negócios, seja para imprimir cartões-de-visita, hospedar o seu *site*, ou limpar o prédio do escritório.

#### 6. Rede *Freecycle*

Necessita de algumas prateleiras para o seu escritório e não tem orçamento para o novo mobiliário? Nunca se sabe o que pode encontrar no *Freecycle*<sup>1</sup>! Lixo de uma pessoa é, definitivamente, um tesouro do outro. Quando atualizar o equipamento do seu escritório, depois de anos de uso, doe-o a alguém para quem ainda poder ser útil. Pode Listá-lo no *Freecycle* ou pode doá-lo a uma instituição de caridade que pode precisar dele.

#### 7. Instituir um programa de reciclagem para a parte eletrónica da empresa

Além de reciclar o papel habitual, latas e garrafas no escritório, não se esqueça do lixo eletrónico que é tão essencial para as empresas e tão tóxico para o meio ambiente. Quando o equipamento eletrónico fica velho, não basta lançá-lo no lixo, mas pode tornar política da empresa reciclar tudo o que puder.

---

<sup>1</sup> <http://www.freecycle.org/>. Existem vários grupos em Portugal inscritos neste portal. A atividade do grupo de Lisboa, por exemplo, pode ser seguida em: <http://br.groups.yahoo.com/group/LisboaFreecycle/>

## 8. Diminuir o fluxo de lixo eletrônico

O lixo eletrônico pode ser uma das coisas mais inúteis e exasperantes que se conhece. Quando a praga da correspondência indesejada parece nunca acabar, há ainda algo que pode fazer. Existem serviços gratuitos que o removem desse tipo de listas.

## 9. Construa o seu escritório ecológico de baixo para cima

Se tiver sorte e for capaz de suportar uma remodelação do escritório, seja ecológico do chão até às claraboias. Use opções amigas do ambiente tais como piso feitos de materiais renováveis ou reciclados. Use tecidos sustentáveis feitos de cânhamo ou de bambu para os revestimentos das janelas, ou tente obtê-los em segunda mão.

## 10. Educar-se

Há sempre mais alguma coisa que pode fazer para tornar o seu negócio mais sustentável e ecológico. E a única maneira de avançar é saber para onde quer ir. Mantenha-se a par das notícias ambientais e tendências de negócios ecológicos para identificar as áreas em que pode melhorar. Faça a sua própria lista de verificação de práticas de negócios ecológicos para implementar e estabeleça prazos para cruzá-los com a sua lista. Compartilhe notícias ecológicas e dicas com os seus colegas de trabalho, colaboradores e clientes. Torne-se um "especialista" em sustentabilidade não só para construir a sua marca ecológica, mas para ganhar o respeito dos potenciais clientes, colaboradores e colegas.



**EXERCÍCIO:** Que práticas ecológicas lhe parecem mais adequadas e necessárias implementar na sua empresa? Anote as suas ideias.

## 9.4. *Marketing* Ecológico e Branding/Marca

### 9.4.1. Direito ao Rótulo Ecológico para a Marca



**Rótulos ecológicos** são uma excelente forma de aumentar a credibilidade na defesa de um marketing ecológico, mas não estão isentos de risco. Sabe-se que 28% dos consumidores olham para os selos de certificação ecológico ou rótulos para confirmar que um produto adere está

dentro dos parâmetros estabelecidos. Mas esses rótulos também podem confundir. Felizmente há um método e um caminho a seguir.

### **Desafios da Rotulagem Ecológica**

Mais de 400 diferentes rótulos ecológicos ou sistemas de certificação ecológica estão agora no mercado. São frequentes as perguntas relativas aos rótulos por parte de compradores ecológicos que desejam fazer uma compra ambientalmente responsável. Qual é o melhor rótulo? Qual é o produto mais seguro para o meio ambiente? O que significa um determinado rótulo?

A confusão pode surgir a partir de etiquetas que certificam demais ou têm muito pouca informação. Alguns rótulos ecológicos têm o foco num atributo único do produto (por exemplo, conteúdo reciclado), mas os consumidores podem, inadvertidamente, ser enganados ao pensar que o produto é globalmente ecológico. Outros rótulos centram-se em várias características de um produto ou até mesmo no ciclo de vida total do produto. Essas certificações podem levantar questões sobre a credibilidade de um produto certificado de atributo único ou impedir uma comparação fácil entre produtos.

Alguns produtos, como eletrodomésticos, têm vários rótulos e certificações, enquanto outros, como colchões ou talheres, não têm nenhum. Outra razão comum para a confusão é a discrepância nos níveis de rigor aplicado. Alguns produtos estão dependentes de verificações terceiras enquanto outros permitem a auto-certificação.

#### **9.4.2. Quais São as Formas de Maximizar o Valor Potencial do seu Produto Usando uma Estratégia Ecológica?**



As sugestões seguintes podem ser usadas para evitar a confusão e maximizar o valor potencial de um rótulo ecológico para a sua marca / produto.

**1. Escolha sabiamente** Assegure que a organização por detrás do selo e as suas metodologias são credíveis. Em particular, olhar para ver se os seus padrões foram desenvolvidos de acordo com as normas ISO.

**2. Seja relevante** Com tantos rótulos disponíveis, é bastante provável que a sua marca possa

beneficiar de mais do que um rótulo ecológico e atributo do produto. Assim, o seu objetivo deve ser o de promover os atributos que são mais relevantes para a sua marca. Além disso, lembre-se de integrar o rótulo ecológico da sua marca nas plataformas existentes.

**3. Educar** Evite a confusão do consumidor ao educar os seus consumidores sobre os critérios específicos sobre os quais o seu eco-selo se baseia. Quando se trata de simples atributo de rótulos, tome cuidado para comunicar que apenas um atributo do produto específico está a ser certificado e não todo o produto.

**4. Seja transparente** Se optar por auto-certificação, seja claro! O rótulo é o seu próprio rótulo de auto-certificação.

**5. Promova o seu rótulo ecológico** Considerando que muitos rótulos ecológicos não são amplamente reconhecidas pelo consumidor médio, ajude a criar a procura para o seu rótulo ecológico através da comunicação de *marketing* consistente com as diretrizes próprias do seu selo. Certifique-se que procura oportunidades para distinguir o seu compromisso com o seu rótulo ecológico selecionado dos concorrentes.





A eco-imaginação pode estimular os consumidores mais "profundamente ecológicos", mas os seus homólogos mais "levemente verdes", que compõem a maior parte do mercado, querem saber como até mesmo o mais ecológico dos produtos os beneficia pessoalmente. Embora o ambiente possa ser a razão subjacente para a criação ou atualização de um produto, essa provavelmente não será a principal motivação para os consumidores escolherem a sua marca em detrimento da dos concorrentes.

Os consumidores procuram os produtos que irão deixar as suas roupas mais limpas, que sabem melhor, que lhes permita poupar dinheiro ou que os faça parecer atraente para os outros. Os benefícios ambientais e sociais são sobretudo um "mais" que pode ajudar a influenciar as decisões de compra, em particular entre dois produtos comparáveis.

### 9.4.3. Marketing Verde Tranquilo



Sublinhando as principais razões por que os consumidores compram a sua marca - por vezes referido como "verde tranquilo" - pode ampliar o apelo de seus produtos e serviços mais ecológicos para além do nicho de consumidores ecológicos mais profundos. O *verde tranquilo* pode também ajudar a superar um obstáculo de preço premium. Assim, centre a comunicação sobre os produtos mais ecológicos sobre como os consumidores podem proteger a sua saúde, economizar dinheiro, ou manter a sua casa e comunidade segura e limpa. Mostre aos consumidores mais ocupados como um comportamento ambientalmente preocupado pode economizar tempo e esforço.

Para ser claro, isto não significa que se evidencie exclusivamente tais benefícios – tal significaria completamente uma volta ao *marketing* convencional. Mas evidenciar demais os benefícios ambientais à custa de benefícios primários, pode colocar o seu produto no cemitério ecológico, enterrado debaixo das boas intenções. Felizmente, graças aos avanços da tecnologia, presentemente muitos produtos mais ecológicos oferecem uma mais-valia sob forma de benefícios superiores.



Tenha em mente que a principal razão pela qual os consumidores compram produtos ecológicos não é para "salvar o planeta", mas para proteger a sua própria saúde.

Categorias mais estreitamente relacionadas com a saúde estão a crescer mais rapidamente e tendem a comandar os preços mais elevados. As mensagens de saúde podem ser aplicadas a uma grande variedade de categorias de produtos.



**EXERCÍCIO:** Transfira as ferramentas de *marketing* e de marca (*branding*) acima mencionadas para o seu ambiente de trabalho. Quais são mais adequadas para a sua empresa? Faça uma “lista de atividades a desenvolver” a este respeito e discuta este assunto com os seus colegas.

### **9.5. Empresa Social Ecológica: Estudo de Caso**

O Eaglehawk Recycle Shop (Eaglehawk) é uma empresa social fundada há 18 anos pelo *Future Employment Opportunities Inc. (FEO)*, com o duplo objetivo de criar empregos e aumentar a vida útil dos aterros através da reciclagem. Foi criada junto do aterro de Eaglehawk, onde materiais valiosos são desviados e recuperados para reutilização ou reciclagem. Materiais de sucata reciclados são vendidos para compradores de matérias-primas, e produtos que podem ser reutilizados ou reciclados são vendidos através da loja adjacente, proporcionando à comunidade o acesso a esses itens a um baixo custo.

Todas as lojas de reciclagem se baseiam-se no modelo de Eaglehawk, em que a receita é gerada através do comércio, especificamente por meio de lojas de vendas de ponta e vendas de materiais de sucata reciclados, tais como metais e madeira para compradores de matérias-primas. Todos os itens nas lojas de retalho são vendidos como estão, sem se adicionar mais valor. Cada local mantém o seu próprio orçamento separado e tem como objetivo aumentar a sua receita e empregar, em cada ano, mais pessoal.

Com base no modelo Eaglehawk, 80 por cento da receita em cada local é afetada de novo em salários para criar mais empregos. Ter mais colaboradores significa que mais itens podem ser reciclados e revendidos, o que por sua vez, aumenta a receita do local – cria-se assim um ciclo virtuoso.

Outra característica fundamental do modelo Eaglehawk é que todos os locais são tratados de forma independente e são rentáveis. Nenhum recebe assistência financeira do governo, filantropia ou para as operações em andamento. Isso permite a gestão e o pessoal dedicar todo seu tempo à gestão do negócio, em vez de procurar subsídios ou doações. Por exemplo, o papelão é reciclado como uma perda porque as lojas sentem ser a sua responsabilidade social e ambiental fazê-lo. Os ecrãs de computador e os televisores são reciclados quase não cobrindo os custos.

### **9.5.1. Promover a Reciclagem**

As lojas de reciclagem frequentemente recebem a visita de grupos escolares que desejam aprender sobre reciclagem. FEO acredita que a mudança de comportamento começa com as crianças pequenas, que muitas vezes podem ser uma influência positiva sobre os pais. Além da publicidade na televisão local e nos supermercados para incentivar mais famílias à reciclagem, as lojas de reciclagem investem pouco em *marketing*, para permitir maior investimento nos salários. Ao focar-se na criação de receita para a empresa, as lojas de reciclagem têm sido capazes de alcançar resultados ambientais e sociais fortes sem depender de qualquer assistência financeira.

Conseguir a adesão do público em geral para a reciclagem é um desafio constante para as lojas de reciclagem. "Estamos sempre a convencer as pessoas para que parem de se dirigir com cargas de camião cheios de coisas diretamente para os aterros sanitários. A reciclagem é benéfica [para o meio ambiente] e não custa nada. Não custa nada deitar fora os plásticos num contentor próprio em vez de jogá-lo no seu lixo caseiro, junto com os restos de comida. Na verdade, quando se separa o lixo antes de ser conduzido para o aterro, economiza-se muito dinheiro! ", Diz o CEO.

No exercício de 2011, as lojas de reciclagem (excluindo Portland) desviaram cerca de 12.700 toneladas de resíduos dos aterros. A sua existência aumentou significativamente a vida útil do aterro. Quando Eaglehawk começou em 1993, planeou-se que o aterro estaria cheio dentro de alguns anos. Mas ainda hoje está a ser utilizado. No respeito pela sua missão, as lojas de reciclagem têm uma política de reciclagem tanto quanto puderem, incluindo itens que não são rentáveis.

### **Sumário dos Objetivos de Aprendizagem**



Esta unidade explorou os fundamentos de adotar a estratégia ecológica. A adoção de práticas de negócios ambientalmente responsáveis pode conseguir abrir um leque adicional de oportunidades. O objetivo de um negócio ecológico é o de manter a sua pegada ambiental

pequena, reduzindo o desperdício e reutilizando os materiais, tanto quanto possível. As empresas sociais planeiam para atingir metas sociais e ambientais, como se faz nos negócios. Os maiores desafios que muitas vezes enfrentam as empresas sociais relacionam-se com o crescimento das atividades e a sua integração na economia-padrão. Superar esses obstáculos requer financiamento, capacidade e parceria. Um dos fatores mais importantes para perceber as oportunidades ecológicas das empresariais sociais é garantir que há o desejo, coragem e liderança em altos níveis de serviço público para implementar e facilitar as reformas ecológicas. Estruturas fortes, processos claros e linhas de responsabilização devem ser postos em prática para realizar o potencial de “esverdeamento” da empresa. Começar um negócio ecológico (ou tornar um já existente mais ecológico) muitas vezes pode ser um desafio: fazer uma lista de verificação de todas as coisas pequenas e simples que pode fazer nas operações do dia-a-dia das para clarear a pegada no planeta e reduzir o aquecimento global, pode ajudar!



## **Bibliografia**

Jäger, Urs (2010). *Managing Social Businesses. Mission, Governance, Strategy and Accountability*. Palgrave Macmillan. pp. 256. ISBN 978-0-230-25254-7.

Wimmer, Nancy (2012). *Green Energy for a Billion Poor: How Grameen Shakti Created a Winning Model for Social Business*. MCRE Verlag. pp. 226. ISBN 3-943310-00-0.

**Enterprise Case Study** June 2012 Social Traders with Sustainability Victoria  
<<http://www.socialtraders.com.au>>

Berrett-Koehler (2011) *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*<<http://www.greenmarketing.com>>

## **Glossário dos Termos**

### **Energia Alternativa**

Energia proveniente de outras fontes que não as fontes tradicionais, como combustíveis fósseis, carvão e nuclear. Energia alternativa inclui fontes como a solar, eólica, hidráulica e geotérmica

### **Pegada de Carbono**

A quantidade de dióxido de carbono que é emitido por uma determinada entidade. É geralmente expressa em toneladas e numa base anual. Muitas vezes este termo é confundido com pegada ecológica ou ambiental, embora estes últimos tenham em consideração mais do que apenas a quantidade de CO<sub>2</sub> que descarga.

### ***Eco-chique***

Produtos ou serviços que são eco amigáveis, mas também são elegantes, modernos e na moda.

### **Pegada Ecológica ou ambiental**

A quantidade total de ecossistema ou meio ambiente (terra, água, ar, árvores, e assim por diante) que é necessário para absorver, processar, limpar e regenerar a descarga total de poluentes ou contaminantes e a destruição causada por uma pessoa, negócio, cidade, e assim por diante.

### **Energia incorporada**

O montante total de energia utilizada na criação de um produto ou serviço. Isso inclui a energia utilizada na mineração ou colheita, processamento, fabricação e transporte do produto.

### **Eficência Energética**

Alcançar os mesmos resultados usando menos energia.

### **Comércio Justo**

Um movimento social que promove de normas de trabalho, salários justos e bens.

Implementado em 1997, esta iniciativa é um acordo legalmente vinculativo, no qual mais de 160 países concordaram em reduzir suas emissões de gases de efeito estufa numa média de 5,2 por cento abaixo dos níveis das emissões de 1990. Esta meta parece que não será alcançada.

### **Custo do ciclo de vida (CCV)**

O custo total da aquisição, posse, exploração e eliminação de algo incide sobre a vida inteira do produto. Isto inclui a quantidade de energia ou água ou recursos naturais que necessita para executá-lo. Produtos eficientes em termos de energia ou de água têm menores custos de ciclo de vida, pois embora o seu custo inicial seja maior, o custo de operação é muito menor devido ao menor uso de energia ou de água, e eles também tendem a durar mais tempo.

### **Pós-consumo**

Material que foi usado primeiro por um consumidor e agora foi transformado ou reciclado em outra coisa.

### **Pré-consumo/pós industrial**

Material que veio de um processo de produção que não fez o seu caminho para um consumidor e não pode ser mais usado pelo seu criador.

### **Energia Renovável**

Energia proveniente de fontes que naturalmente se reestabelece de uma forma relativamente rápida. Exemplos de energia renováveis incluem a energia eólica e a solar.

### **Energia Solar**

A energia produzida por células solares ou fotovoltaicos.

### **Sustentabilidade**

Relaciona-se com a satisfação de necessidades humanas atuais, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer as suas próprias necessidades; operando de uma maneira que satisfaça as seguintes condições: 1) não deve remover os materiais da terra mais rapidamente do que eles

podem ser regenerados pela terra, 2) não deve poluir ou contaminar o ar, a terra e a água mais rapidamente do que a capacidade da terra para os processar e limpar, 3) não deve destruir ou abater a natureza em excesso e mais rápido do que ela se pode regenerar, e 4) justa e equitativa cobertura global básica das necessidades humanas.

### **Energia Eólica**

A energia produzida como resultado de vento que faz girar as pás de turbinas ou moinhos de vento. Este é o tipo mais barato e mais rápido crescimento da tecnologia de energia renovável.