





# A economia avança. Mas, a ecologia...

POR **CLÁUDIO BRUZZI BOECHAT**

O ano de 2007 nos trouxe revelações, dúvidas e surpresas!

A população humana continua crescendo, junto com a economia, o consumo, a produção e a poluição. Há sinais de melhoria na distribuição da riqueza, com a certeza de que o total da riqueza deve continuar a crescer nos próximos anos. A sustentabilidade da crescente população da Terra, principalmente em países pobres, vai exigir grandes mudanças culturais e econômicas. As práticas de mercado terão de mudar para acompanhar essas e outras mudanças de caráter sistêmico.

Fato previsível, finalmente a humanidade parece ter assumido que suas ações não afetam irreversivelmente apenas o que é visível: terra, água, plantas e animais. Começamos a aceitar que os tais impactos antrópicos afetam também o que os olhos não vêem (e o coração não sente): o ar.

Os insistentes relatórios do IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change – Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas, estabelecido pela Organização Meteorológica Mundial e pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente), denunciando as mudanças climáticas, suas causas e

seus efeitos, finalmente encontraram eco na opinião pública, especialmente após o retumbante sucesso do livro e do filme homônimos de Al Gore, “Uma Verdade Inconveniente”. Reverberando o tema, ele ganhou mais notoriedade e dividiu um Nobel da Paz com o IPCC.

**COMPETITIVIDADE RESPONSÁVEL** A caminho de seu Nobel, Al Gore escreveu o preâmbulo do Relatório “O Estado da Competitividade Responsável 2007”, organizado por Simon Zadek e sua equipe da AccountAbility, no Reino Unido. A AccountAbility é uma organização internacional sediada no Reino Unido, fundada por organizações empresariais, que se dedica ao avanço do conhecimento sobre a responsabilidade e a transparência empresarial.

Competitividade Responsável é um conceito que traduz quanto os mercados remuneram o comportamento responsável das empresas e penalizam o contrário. A idéia subjacente é que as nações podem ser avaliadas de acordo com a composição das condições que apresentam para os negócios em seu seio.

Tudo começou em 2003, quando Zadek trabalhou com o Copenhagen Centre para criar as bases



conceituais e operacionais da Competitividade Responsável, o que resultou em uma primeira metodologia de medição da competitividade responsável dos países. Com a classificação de um grupo de 51 países, o primeiro documento foi lançado durante o III Learning Forum do Global Compact, realizado no campus da Fundação Dom Cabral, que se inseriu no esforço a partir daquele momento. Quatro anos e dois *rankings* depois, o modelo foi aprimorado e o número de países incluídos chegou a 108.

O Relatório de 2007 foi lançado durante o Encontro de Líderes do Global Compact, no início de julho, em Genebra, que contou com a presença do secretário-geral da ONU, Ban Ki-moon. O relatório ganhou corpo com a contribuição de vários autores – alguns bastante renomados, como Jonathan Lash, do World Resources Institute, e Nicholas Stern, catedrático da London School of Economics and Political Science – com uma boa repercussão. Estamos trabalhando para produzir uma versão brasileira.

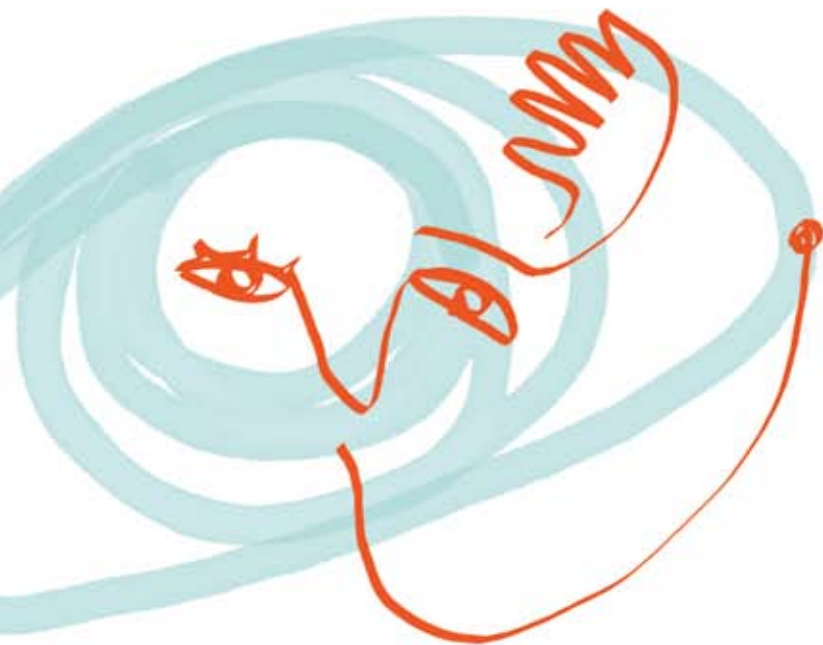
A metodologia constrói um indicador numérico calculado a partir de três cestas de outros indicadores numéricos, extraídos de fontes regulares e confiáveis:

1. **direcionamento político**, sete medidas da força das políticas públicas e do “poder teórico” que estimulam as práticas de responsabilidade empresarial;

2. **ação empresarial**, sete medidas para as empresas sobre a aplicação das boas práticas, dos códigos e dos sistemas de gerência voltados para a governança, o social e o meio ambiente;

3. **habilitadores sociais**, sete medidas do mais abrangente ambiente social e político que permitem às empresas, aos governos e às organizações da sociedade civil construir colaborações efetivas na reformulação de mercados.

Dentre as diversas conclusões, destaca-se a que classifica os países em quatro classes, de acordo com seu estágio de evolução na competitividade responsável. A descrição de Zadek, contida no quadro a seguir, apresenta as classes em graus crescentes de evolução.



## ESTÁGIOS DE EVOLUÇÃO DOS PAÍSES NA COMPETITIVIDADE RESPONSÁVEL.

Os países se classificam em quatro estágios de evolução na competitividade responsável:

**PAÍSES INICIANTEs** Muitos deles já assinalaram o seu comprometimento com a responsabilidade por meio de acordos ou ratificações de tratados internacionais, além de outras políticas de impulso, mas ainda lutam para implementar o básico, como saúde e segurança no trabalho e liberdades sindicais, dentro das empresas. Esses países, em sua maioria, têm um escopo limitado a exportações de baixo valor e, não raro, de baixa qualidade, encontrando-se muito abaixo do patamar de valorização e desenvolvimento de marcas globais.

**PAÍSES CUMPRIDOREs** Procuram evidenciar os progressos em alcançar padrões trabalhistas e ambientais de qualidade internacional e, portanto, estão aumentando a capacidade de participação no mercado seguindo a corrente de fornecimento global de marcas e consumidores com maior consciência de qualidade. A sociedade civil doméstica não é uma força motriz significativa.

**PAÍSES ASSERTIVOs** Deram um passo à frente, aproveitando as oportunidades da competitividade responsável. Alguns estão ativamente engajados no desenvolvimento e na promoção de padrões internacionais que lhes proporcionarão vantagem competitiva. Uma parte deles está criando marcas nacionais associadas à responsabilidade empresarial e a práticas governamentais que atraem investimentos estrangeiros diretos e promovem uma primeira geração de produtos globais e marcas corporativas. Para muitos desses países, uma sociedade civil vibrante – que desafia as empresas, mas que está pronta a colaborar na busca de soluções – é um elemento crítico no avanço de projetos nacionais mais abrangentes.

**PAÍSES INOVADOREs** Trabalham para incutir responsabilidade no cerne dos seus mercados domésticos, direcionadas por regulamentações relativamente bem aplicadas, estratégias de responsabilidade corporativa bem formuladas, na maioria das vezes enfatizadas por ONGs atuantes, observadores da mídia e consumidores que exigem produtos novos responsáveis. Além disso, a inovação embasada no conhecimento acarreta a liderança de todas essas economias. A inovação sustentada no contexto de talentos parcos e altamente volúveis requer condições de trabalho flexíveis e dinâmicas e instituições públicas e privadas confiáveis. Também exige atenção aos detalhes, delegando responsabilidades às empresas de pequeno ou médio porte e a investimentos estrangeiros, além de empresas domésticas de grande porte. Para esse grupo, a competitividade responsável não é mais um adendo, mas o coração do modelo econômico.

Fonte: “O Estado de Competitividade Responsável 2007”.





PAÍSES QUE COMPÕEM CADA GRUPO

Países iniciantes	Países cumpridores	Países assertivos	Países inovadores
Angola Bangladesh Benin Bolívia Burkina Faso Camboja Camarões Chade China Equador Etiópia Gâmbia Quênia Quirquistão Madagascar Malauí Mali Mauritânia Mongólia Marrocos Moçambique Nepal Nigéria Paquistão Paraguai Rússia Tanzânia Uganda Ucrânia Zâmbia Zimbábue	Albânia Argentina Brasil Bulgária Cazaquistão Colômbia Croácia Egito El Salvador Filipinas Geórgia Guatemala Honduras Índia Indonésia Jordânia Lesoto Macedônia México Moldávia Namíbia Nicarágua Panamá Peru Polônia República Dominicana Romênia Sri Lanka Trinidad e Tobago Tunísia Turquia Uruguai Venezuela	África do Sul Botsuana Chile Coréia do Sul Costa Rica Emirados Árabes Eslováquia Eslovênia Espanha Estônia Grécia Hungria Ilhas Maurício Israel Itália Jamaica Kuwait Letônia Lituânia Malásia Portugal República Tcheca Tailândia Taiwan, China	Alemanha Austrália Áustria Bélgica Canadá Cingapura Dinamarca Estados Unidos Finlândia França Hong Kong, China Islândia Irlanda Holanda Japão Noruega Nova Zelândia Reino Unido Suécia Suíça

## **COMPETITIVIDADE RESPONSÁVEL DOS BRIC MAIS ÁFRICA DO SUL**

De acordo com economistas da Goldman Sachs, dentro de 40 anos o mundo será multipolar, liderado por quatro economias emergentes: Brasil, Rússia, Índia e China – o chamado grupo dos BRIC ou simplesmente BRIC. Essa previsão se baseia em estudos de crescimento econômico, fontes de recursos, mão-de-obra disponível e desenvolvimento industrial desses países.

Um capítulo do relatório de autoria da equipe da FDC direciona a discussão a esses países mais a África do Sul, formando o grupo BRICS.

A África do Sul (Assertiva) assume o primeiro lugar e fica na 28ª posição do ranking geral, enquanto o Brasil (Cumpridor) está em 2º lugar no BRIC e na 56ª posição do ranking geral. Índia (Cumpridora), Rússia (Iniciante) e China (Iniciante) ocupam respectivamente o 3º, o 4º e o 5º lugar do grupo BRICS e a 70ª, 83ª e 87ª posição na lista geral.

O caminho dos BRICS até 2050 passa por contextos bastante diversos do atual. As previsões ambientais não são animadoras e a velocidade das mudanças climáticas sinaliza fortes alterações nos hábitos de consumo e produção.

Para lidar com todos os desafios lançados, as sociedades terão de buscar modelos de crescimento e desenvolvimento diferentes dos que usaram até agora. O Brasil sai na frente na corrida por alternativas ao consumo de energias limpas e renováveis, com o desenvolvimento da produção de etanol. Quanto à Rússia, a grande oportunidade nesse setor vem do controle de grande parte do gás natural consumido pelo mercado europeu. Além disso, assim como o Brasil, a Rússia tem uma grande reserva de água potável, o que é, certamente, uma vantagem competitiva para os mercados futuros.

O grande contingente populacional da China e da Índia representa dois vetores: mão-de-obra abundante e mercado potencial para empresas estrangeiras. Para o Brasil, uma grande oportunidade como importante fornecedor de recursos naturais.

## **O BRASIL REVELADO PELA COMPETITIVIDADE RESPONSÁVEL**

Analisando as três dimensões que compõem o indicador de Competitividade Responsável, a posição nº 56 do país pode ser

compreendida como resultante do desempenho superior nos impactos das ações do governo e de desempenhos menos expressivos nos dois outros.

Estranho? Sem dúvida. Certamente não concordamos, você e eu, que o setor público tenha melhor desempenho que o privado na criação de condições de competitividade responsável. A questão talvez se esclareça quando atentarmos para o interior da cesta de indicadores, o que pode sinalizar necessidade de melhoria do estudo em sua próxima rodada.

O resultado parece ter sido influenciado pelas recentes ações do governo brasileiro, representadas no índice pelos indicadores referentes à flexibilização das leis trabalhistas e assinatura e ratificação de tratados ambientais internacionais. Mas o indicador referente ao sistema tributário foi um dos que tiveram pior pontuação dentre os 108 países analisados. O governo brasileiro ainda tem muito que trabalhar.

O Brasil ficou em posição intermediária nas duas outras dimensões: quanto as estratégias e práticas dos negócios levam explicitamente em conta os impactos social, econômico e ambiental e quanto os habilitadores sociais pressionam ou travam o avanço da competitividade responsável. A primeira, por motivos metodológicos, é a de maior peso na composição do índice. A segunda mostrou um país com alguns dos piores desempenhos em certos indicadores componentes, como o da corrupção.

A comparação do Brasil com os países que compõem o grupo intermediário no *ranking* final revela que ainda não ocupamos o espaço que nos cabe no cenário da competitividade responsável. Abundância de recursos naturais, potencial de produção de fontes alternativas de energia e de consumo do mercado interno e capacidade de ser o grande fornecedor de recursos naturais para China e Índia são ainda fatores econômicos a serem explorados. Além disso, o país deve-se preparar para ampliar as bases de produção de riqueza nacional, baseada mais em conhecimento intensivo, que permita maior independência econômica pós-*boom* de crescimento econômico da China e da Índia. Os produtos e setores industriais que geram maior riqueza econômica para um país são baseados em conhecimento. Ou seja, para vir a ser

um ator importante na economia internacional, o Brasil precisa de uma estratégia de longo prazo que considere os elementos da competitividade responsável para além dos próximos 50 anos.

**OS DESAFIOS QUE AS EMPRESAS ENCONTRAM NO BRASIL** Em 2007, concluímos na FDC uma pesquisa, que se iniciou em 2006, sobre como as empresas integram em seu planejamento estratégico os desafios impostos pela sustentabilidade à sociedade brasileira.

Um dos produtos da pesquisa foi um Mapa dos Desafios da Sustentabilidade no Brasil. A partir de entrevistas com especialistas em questões sociais e ambientais e de leitura da mídia impressa no primeiro semestre de 2006, condensamos o que encontramos em 31 enunciados (Quadro).

A despeito de excelente desempenho em vários campos, da inovação tecnológica ao desempenho empresarial, nosso país apresenta obstinadas taxas de subdesenvolvimento. Se a evidente disparidade social observada no Brasil representa um entrave ao desenvolvimento, o mesmo se constata para o desenvolvimento sustentável – já que este último implica noções de justiça social e igualdade de oportunidades como componentes essenciais de preservação das condições para as gerações futuras. Em consequência, na lista dos desafios aparecem alguns temas sociais tradicionais tipicamente associados ao subdesenvolvimento e a um fraco desempenho governamental: saúde pública, educação, infra-estrutura e habitação.

Outros desafios são mais recentes ou simplesmente considerados como de possível acontecimento no futuro. Neste grupo estão as pandemias, por exemplo.

**COMO AS EMPRESAS REAGEM A ESSE ESTADO DE COISAS** Partindo da premissa de que é em seu negócio principal e nas estratégias desenvolvidas para ter sucesso nele que se concentra a responsabilidade primordial da empresa, perguntamos aos estrategistas de 30 empresas como seu planejamento estratégico estava incorporando os 31 desafios. Sentimentos contraditórios surgiram diante das respostas às nossas perguntas. Alegramo-nos porque 2/3 das respostas quanto à incorporação dos desafios ao planejamento estratégico foram positivas, como pode ser visto no quadro a seguir.

Por outro lado, se considerarmos que as empresas são altamente comprometidas com a responsabilidade social e a sustentabilidade, causa estranheza saber que elas não identificam impactos negativos de suas operações sobre temas como, por exemplo, mudanças climáticas ou esgotamento das fontes de energia.

	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
AINDA NÃO INCORPORADO	315	33,9 %
INCORPORADO APENAS AOS CENÁRIOS	117	12,6 %
INCORPORADO AOS OBJETIVOS OU ÀS AÇÕES ESTRATÉGICAS	498	53,5 %

Para enriquecer nossa compreensão sobre como as empresas reagem aos desafios, vamos recorrer a Porter. No início de 2007, um artigo seu (em co-autoria com Kramer) foi publicado em português. Como é de se esperar de um guru, ele aplica magistralmente seus modelos de cadeia de valor e planejamento estratégico empresarial como elo operacional da gestão da relação entre empresa e sociedade. Também não surpreendentemente, ele dissona em relação a alguns elementos do modelo mental em vigor nos meios acadêmicos e empresariais mais avançados em conceitos e modelos. Por exemplo, situa a sustentabilidade dentro do contexto da responsabilidade social empresarial, enquanto dizemos que a responsabilidade é um caminho para a sustentabilidade. Isso não elimina, porém, nossa admiração pelo texto.

Pelo contrário, vamos lançar mão aqui de suas duas idéias sobre como criar uma “pauta social empresarial explícita e afirmativa”. Primeiro, Porter argumenta que não se trata de apenas atender a demandas das comunidades, mas sim de encontrar as formas pelas quais reforçar a estratégia empresarial com o avanço das condições sociais. Podemos contra-argumentar, se não cabe *também* o raciocínio inverso: reforçar as condições sociais com o avanço da estratégia empresarial. Enfim...

Ele recomenda então considerar duas posturas complementares com relação à responsabilidade social empresarial: a responsiva (“atuar como bom cidadão corporativo e mitigar efeitos adversos da atividade da empresa”) e a estratégica (“promover

## MAPA DOS DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE NO BRASIL

1	<b>Condição de equilíbrio dos ecossistemas e provisão de serviços ambientais<sup>1</sup></b>	O impacto da expansão populacional e industrial no equilíbrio dos ecossistemas e na perda irreversível da biodiversidade e de outros serviços ambientais.
2	<b>Energia</b>	Pressão gerada pelos padrões de produção e consumo de produtos e serviços nas fontes de energia para as gerações presentes e futuras
3	<b>Mudança climática</b>	Efeitos das emissões de gases do efeito estufa na estabilidade climática.
4	<b>Água</b>	Impactos da expansão populacional e industrial nas fontes de recursos hídricos.
5	<b>Saúde Pública</b>	Acesso restrito da população a medicamentos e serviços médicos (prevenção, tratamento e orientação em geral).
6	<b>Pandemias</b>	Velocidade com que novos vírus se espalham mundialmente, podendo causar a perda de milhares de vidas humanas.
7	<b>Produção de alimentos</b>	Impactos ambientais e socioeconômicos negativos resultantes da maneira como os alimentos são predominantemente produzidos.
8	<b>Oferta e condições de moradia</b>	Precariedade e escassez de moradia para a população de baixa renda.
9	<b>Distribuição de renda</b>	Desigualdade acentuada nos níveis de renda entre indivíduos e entre regiões.
10	<b>Discriminação e desigualdade racial</b>	Discriminação étnica e desigualdade socioeconômica entre as populações branca, negra, parda e indígena.
11	<b>Desigualdade de gênero</b>	Desigualdades socioeconômicas entre homens e mulheres.
12	<b>Envelhecimento da população</b>	Impactos socioeconômicos resultantes do aumento da longevidade e, conseqüentemente, do aumento do percentual de idosos na população.
13	<b>Precariedade dos sistemas de infra-estrutura</b>	Escassez de investimentos na manutenção e expansão da infra-estrutura (energia, transporte, comunicação) no país.
14	<b>Capital social</b>	Baixa capacidade das comunidades no sentido de solucionar seus problemas e construir seu próprio futuro.
15	<b>Qualidade da educação básica</b>	Acesso restrito da população a uma educação básica de qualidade.
16	<b>Educação para a sustentabilidade</b>	Incapacidade dos modelos educacionais para ampliar a percepção das pessoas quanto às conseqüências diretas e indiretas de suas ações individuais e coletivas, nas dimensões social, econômica e ambiental do desenvolvimento da sociedade.
17	<b>Corrupção e falta de ética</b>	Banalização da corrupção e de práticas antiéticas em todos os níveis da sociedade.
18	<b>Violência e Tráfico</b>	Comércio ilegal de pessoas, armas, drogas e mercadorias pirateadas e suas conseqüências para a sociedade.
19	<b>Oportunidades de trabalho e renda</b>	Escassez de oportunidades de trabalho e renda.
20	<b>Empregabilidade</b>	Despreparo das pessoas para a contínua renovação de competências exigidas pelo mercado de trabalho.
21	<b>Consumo</b>	Baixo grau de conscientização do consumidor em relação aos impactos ambientais, sociais e econômicos de padrões de produção e consumo.
22	<b>Marketing</b>	Influência do marketing na comunicação e disseminação de valores incompatíveis com o desenvolvimento sustentável.
23	<b>Cadeia produtiva</b>	Falta de uniformidade, ao longo das cadeias produtivas, no que diz respeito à manutenção de padrões éticos elevados e de práticas econômicas, ambientais e sociais compatíveis com o desenvolvimento sustentável.
24	<b>Concorrência desleal</b>	Utilização de práticas ilegais para aumentar a competitividade das empresas
25	<b>Apoio político e políticas públicas</b>	Utilização do apoio político e de políticas públicas para o favorecimento de interesses particulares em detrimento das condições sociais, ambientais ou econômicas relevantes ao desenvolvimento sustentável.
26	<b>Impactos econômicos locais</b>	Falta de foco em atividades cujos impactos econômicos gerem benefícios às comunidades locais mais necessitadas.
27	<b>Governança corporativa</b>	Os sistemas de governança corporativa atuais caracterizam-se por um modelo que tende a resultar no privilégio do desempenho econômico-financeiro em detrimento do desempenho social e ambiental.
28	<b>Precarização do trabalho</b>	Ocupação informal e deterioração das condições de trabalho ao longo da cadeia produtiva.
29	<b>Stress</b>	Desequilíbrio entre a dedicação ao trabalho e à vida pessoal.
30	<b>Comprometimento com valores e princípios</b>	Incoerência entre as atitudes individuais e os valores e princípios éticos declarados pelas pessoas (seja atuando como indivíduo, seja atuando por meio de instituições).
31	<b>Cidadania</b>	Baixo engajamento das pessoas na garantia do cumprimento de seus direitos e deveres como cidadãos.

<sup>1</sup>Serviços ambientais são os benefícios proporcionados às pessoas pelos ecossistemas. Incluem serviços provisionais como alimento, água, madeira e fibras; serviços de regulação que afetam o clima, enchentes, doenças, resíduos, e qualidade da água; serviços culturais que incluem a provisão de recreação, benefícios estéticos e espirituais; e serviços de suporte como a formação de solo, fotossíntese e ciclo de nutrientes.





número pequeno de iniciativas cujos benefícios sociais e empresariais são amplos e distintivos”). Sua delimitação de *pequeno* ao número de iniciativas reflete bem o cuidado com a mudança do discurso clássico de isolar a empresa dos problemas sociais e ambientais à sua volta. Ora, muitas empresas precisam promover grande número de iniciativas junto à sociedade para viabilizar seus negócios – veja-se o caso das indústrias extrativas. Outras vivem *exclusivamente* de iniciativas que enfrentam problemas da sociedade – não seria esse o caso das escolas e hospitais privados?

Mas vamos voltar à utilidade dos pensamentos de Porter. Ele propõe uma classificação dos fatores em jogo na relação empresa-sociedade em três conjuntos:

- questões sociais genéricas, que não são afetadas significativamente pela empresa nem influenciam sua competitividade em longo prazo,
- impactos sociais da cadeia de valor, questões afetadas de modo significativo pelas atividades da empresa,
- dimensões sociais do contexto competitivo, questões sociais do ambiente externo que afetam a competitividade da empresa.

Para analisar as respostas das empresas em nossa pesquisa, ousamos alterar os nomes das classes, considerando a qualificação por via da sustentabilidade (em vez da sociedade), e classificar nesse padrão, de forma um pouco livre, os desafios da sustentabilidade, o que resultou no quadro ao lado.

Evidentemente, os estrategistas não enxergam vínculos significativos dos negócios com os desafios genéricos. Parece que, se as empresas adotam ações de intensidade considerável com relação a algumas delas (desigualdade de gênero e discriminação racial, por exemplo), o fazem por outros motivos que não os de negócios. Cabe atenção aqui, pois fatores importantes para os negócios podem estar camuflados embaixo de uma visão ligeira de “não temos nada a ver com isso”.

Quanto aos impactos, cabe notar que a pesquisa mostrou que os estrategistas não enxergam impactos negativos. Se assim é, outro motivo os move (ou moveria) a agir, que não o sentimento de culpa, o que é bom. Mas também camufla, escamoteando responsabilidades, nem sempre de caráter legal (ainda), sobre os impactos negativos. Ou simplesmente revelam desconhecimento de causa, pois o que os olhos não vêem o coração não sente. Será mesmo que as empresas não impactam, em vários casos, na redução das oportunidades de trabalho e renda?

Finalmente, quanto ao contexto competitivo, temos muito ainda a caminhar, por exemplo, na criação de um marketing responsável que crie produtos que efetivamente se prestem a reduzir a pobreza e as diferenças. O que dizer então da promoção do consumo consciente? O caminho deveria levar-nos a considerá-lo como fator competitivo e não como fator de redução do mercado consumidor.

---

CLÁUDIO BRUZZI BOECHAT é professor do Núcleo de Sustentabilidade e Responsabilidade Corporativa da Fundação Dom Cabral.

Desafios genéricos de sustentabilidade	Impactos da cadeia de valor na sustentabilidade	Dimensões de sustentabilidade do contexto competitivo
Produção de alimentos Oferta e condições de moradia Pandemias Envelhecimento da população Saúde pública Violência e tráfico Apoio político e políticas públicas Desigualdade de gênero Consumo consciente Cidadania Discriminação e desigualdade racial	Comprometimento com valores e princípios Oportunidades de trabalho e renda Capital social Estresse Ética e sustentabilidade na cadeia produtiva Distribuição de renda Impacto econômico local Precarização do trabalho	Energia Corrupção e falta de ética Governança corporativa Concorrência desleal Precariedade dos sistemas de infra-estrutura Equilíbrio dos ecossistemas e serviços ambientais Empregabilidade Qualidade da educação básica Educação para a sustentabilidade Marketing Água Mudança climática

## CONCLUSÃO

Um estudo muito recente da McKinsey diz que os executivos esperam que o meio ambiente e, inclusive, as mudanças climáticas afetarão o valor econômico das empresas muito mais do que qualquer outra questão social, durante os próximos cinco anos. Mais até que os consumidores. Informa também que só um em dez entrevistados não se preocupa com as mudanças climáticas, e 3% deles dizem não acreditar que elas estejam acontecendo. Muitos observadores indicam que as ações dos humanos vão se organizar em torno das mudanças climáticas.

Mas outro clima não está mudando: 84% dos respondentes ainda concordam que contribuir amplamente para o bem público deve acompanhar a geração de retorno para os investidores. Os restantes acreditam que altos retornos devem ser o único foco empresarial. Mas algo parece estar mudando na China: nos últimos dois anos, subiu de 75% para 84% o percentual de adeptos da idéia do “bem-comum”.

Acho que dá o que pensar...