

A VOZ DO VISIONÁRIO

O empresário Stephan Schmidheiny, dono de uma fortuna de US\$ 3,6 bilhões, tornou-se em 1990 um dos principais defensores do desenvolvimento sustentável. Era visto com ceticismo pelos colegas – o tempo mostrou que estava certo

POR EDUARDO FERRAZ

Se, daqui a 200 anos, um historiador se debruçar sobre o período em que o mundo abraçou a idéia do desenvolvimento sustentável e evitou a catástrofe ambiental, certamente vai se deparar com o nome do empresário suíço Stephan Schmidheiny. Aos 59 anos, dono de um patrimônio de US\$ 3,6 bilhões, ele é um dos principais arquitetos do engajamento empresarial à causa ambiental. Com a mesma visão aguçada que o levou a participar do renascimento da indústria relojoeira, com a criação da Swatch suíça, ele percebeu, antes de quase todos os seus colegas, que a deterioração do meio ambiente poderia se tornar um entrave para a expansão das empresas. Em 1990, criou o Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável, com sede em Genebra, que reuniu inicialmente 50 presidentes de grandes corporações, entre elas a Dow, a DuPont, a Nippon Steel, a Shell e a Volkswagen. Foi a primeira grande iniciativa realizada para inserir o tema na agenda corporativa. O conselho reúne atualmente 190 corporações que, juntas, faturam US\$ 5,4 trilhões anuais. Elas partilham conhecimento e experiências, e ainda trocam idéias com governos e ONGs. Nesta entrevista concedida à Época NEGÓCIOS, Schmidheiny adverte CEOs hesitantes de que a paralisia é uma garantia de fracasso.

Sustentabilidade virou a palavra de ordem do mundo corporativo. Estamos no limiar de uma nova revolução dos negócios? Sim, definitivamente. Companhias que não forem ecoeficientes terão mais dificuldades em competir quando os recursos se tornarem escassos e a poluição se transformar num verdadeiro fator de custos. Vivemos no início de uma época com restrições de recursos naturais. No passado, eles eram em geral baratos e de fácil obtenção, o que levava ao desperdício. Agora, com o crescimento populacional e a economia global – e, notoriamente, com a China e a Índia se tornando grandes consumidores de recursos –, esse quadro vai mudar.

O que uma companhia deve fazer para obter bons resultados na implementação de políticas socioambientais? É preciso aceitar de maneira positiva os novos desafios e tentar fazer o melhor possível. Muitos negócios terão de redefinir suas principais vantagens competitivas num mundo com recursos restritos, especialmente se consomem energia intensiva. Outros encontrarão novos potenciais de mercado, como, por exemplo, companhias florestais, que poderão se ver produzindo insumos para a geração de energia. Sempre defendi a competitividade baseada na eficiência. Essa é uma linguagem que os empresários entendem e que podem interpretar e pôr em prática.

Qual é o erro mais comum a ser evitado pelas empresas? É o líder não ver ou não querer reconhecer e aceitar que o mundo está mudando. Defender a estratégia para o futuro baseado no sucesso do passado. Cedo ou tarde isso se transformará na receita ideal para o fracasso.

Que tipos de barreiras internas e externas as empresas encontram em suas ações socioambientais? São as

mesmas que se encontram em qualquer organização humana quando se quer implementar mudanças. Temos uma grande dose de inércia, que pode ser definida como resistência às mudanças. Preferimos continuar fazendo o que sempre fizemos. É necessário uma cenoura e um chicote para mudar cabeças: um incentivo para a mudança bem-sucedida e uma punição se tudo for feito como antes. E aí entra o fator externo, porque as condições para estabelecer os incentivos e os desestímulos precisam ser criadas pelo processo político. Com os incentivos certos, as empresas terão possibilidade de mudar numa velocidade surpreendentemente rápida. Do mesmo modo, incentivos errados criam limites quanto ao que podem fazer.

“
AS EMPRESAS E A
SOCIEDADE CIVIL
DEVEM JUNTAR FORÇAS
PARA DESENVOLVER
AS INICIATIVAS QUE
OS GOVERNOS SÃO
INCAPAZES DE CRIAR
”

Em que medida o documentário *Uma Verdade Inconveniente* ajuda a causa do desenvolvimento sustentável?

Espero que o filme de Al Gore tenha influência na maneira de pensar dos políticos, dos legisladores, do governo americano e das instituições públicas. Alguns, como o governador Schwarzenegger, da Califórnia, entenderam a mensagem e começaram a mudar de caminho. Mas muitos ainda promovem o “business as usual”. A menos que os Estados Unidos, líder econômico e tecnológico mundial, comece a se tornar seriamente mais ecoeficiente, o resto do

mundo vai ter dificuldades em tomar a dianteira do movimento, mesmo que a União Européia faça grandes esforços políticos nessa direção, como tem feito.

Quem está fazendo mais esforços hoje, os governos ou as empresas?

Há 15 anos, na Conferência do Rio, a maioria das empresas ainda estava na defensiva. Viam a proteção ao meio ambiente como um fator adicional de custo, que precisava ser minimizado. Quando introduzi o termo e o desafio da ecoeficiência no livro *Mudando o Rumo*, os empresários começaram a perceber que haveria potencialmente grandes ganhos econômicos caso se tornassem mais eficientes ecologicamente. Hoje, acho que as companhias mais progressistas são um dos principais agentes na proteção ao meio ambiente. As instituições públicas e a classe política estão ficando para trás.

E como se resolve isso? A questão fundamental é a criação de políticas públicas e de instituições que façam a sociedade avançar – e não o contrário – na criação de formas mais sustentáveis de desenvolvimento. Os governos provaram ser incapazes de tomar iniciativas e de se mover nessa direção. Eles sofrem o mesmo fenômeno de inércia com seus eleitorados e com os grandes lobbies

(muitos dos quais são representados pelos dinossauros do mundo dos negócios). Por isso, acredito que as empresas e a sociedade civil devem juntar forças para desenvolver as iniciativas que os governos são incapazes de criar.

Como o senhor avalia o momento atual? Sinto que estamos claramente atingindo o ponto de transição em que um fenômeno que era conduzido por uma minoria há alguns anos se transforma numa grande tendência. ■

+ Leia a íntegra da entrevista em www.epocanegocios.com.br