



improvecenter

# 03

## IMAGEM EMPRESARIAL VS AMBIENTE

Como melhorar a imagem  
pública da sua empresa



improvecenter



**Ficha Técnica**

Título:

IMAGEM EMPRESARIAL VS AMBIENTE  
Como melhorar a imagem pública da sua empresa.

Colecção:

Guias Práticos Ambientais em Empresas

Autor:

Projecto Improve Center

Impressão:

Via email

Produção Gráfica e Paginação:

Farol do Vento

Promotor:

ANJE



improvecenter

# 03

## **IMAGEM EMPRESARIAL VS AMBIENTE**

Como melhorar a imagem  
pública da sua empresa



# ÍNDICE

Imagem empresarial Vs Ambiente – Como melhorar a imagem pública da sua empresa	6
Responsabilidade Social Empresarial	8
Gestão Ambiental	10
Sistema de Gestão Ambiental - SGA	12
Benefícios do Sistema de Gestão Ambiental	14
Gestão Ambiental como vantagem competitiva	16
Factores que podem determinar a Vantagem Competitiva da Gestão Ambiental	17
Glossário	19
Referências bibliográficas	21
Contactos	22

# 03



## IMAGEM EMPRESARIAL VS AMBIENTE

### Como melhorar a imagem pública da sua empresa

O crescimento económico contribui para o bem-estar da sociedade e o meio ambiente representa um bem privado. No decorrer do desenvolvimento dos processos de gestão das empresas, os recursos naturais foram sempre encarados apenas como matéria-prima, principalmente nos processos produtivos e industriais. O modelo apresentado verificou-se insustentável ao longo do tempo, com a escassez dos recursos naturais, fruto de um consumo exacerbado e pouco responsável.

O crescente aumento da complexidade dos negócios, o desenvolvimento de novas tecnologias e o aumento da produtividade induziu um crescimento significativo da competitividade entre as empresas e, deste modo, um maior investimento nos processos de gestão.

A implementação de medidas de controlo da poluição atmosférica, aquática ou do solo numa empresa, independentemente do tipo sector em que opera, requer o interesse da comunidade onde ocorrem os impactes ambientais significativos inerentes. A comunicação existente entre a empresa e a comunidade representa uma melhor alocação dos recursos, ou seja, uma mais-valia para a comunidade, conhecer a política ambiental da empresa, a sua filosofia, as directrizes, as metas e até o seu programa de minimização de impactes. A comunidade passa a possuir e usufruir de conhecimentos que permitem uma avaliação do comprometimento real e potencial da sua qualidade de vida a longo prazo.

O bom relacionamento entre a empresa e a comunidade, para além de contribuir com benefícios para a mesma, diminui também a sua vulnerabilidade ambiental, aumentando a segurança na viabilização dos seus negócios.

## BONS EXEMPLOS...

### Programa Terra - Portefólio Eco CTT

#### Envolvimento

Em 2010 a empresa fez um importante investimento no domínio da sustentabilidade ambiental, com o lançamento de uma campanha de reposicionamento institucional da marca CTT, designada Programa Terra.

O Programa Terra incluiu em posição de destaque o lançamento de um novo portefólio de produtos e serviços mais ecológicos, entre cerca de quatro dezenas de acções relacionadas com a eficiência energética dos edifícios e da frota, a redução de emissões de gases com efeito de estufa, a racionalização de consumos, a gestão dos resíduos, os sistemas de gestão ambiental, a mobilidade sustentável, a educação ambiental, a defesa da biodiversidade e a compra e utilização de materiais ecológicos.

#### Actividades

O Correio Verde, renovado à luz de preocupações ecológicas, apresenta novos formatos e embalagens, produzidas com materiais reciclados e tintas amigas do ambiente. Simultaneamente, introduziu-se o conceito de reutilização em parte dos modelos à venda. Adoptou-se igualmente um sistema de compensação carbónica. Assim, as emissões do Correio Verde são compensadas através da aquisição de créditos de carbono em quantidade equivalente, provenientes duma área florestal gerida sustentavelmente, na Tapada Militar de Mafra.

Foi também criada uma gama Eco para os produtos de Direct Mail (publicidade endereçada), através da qual os clientes são sujeitos a um processo de qualificação que tem em conta vários requisitos ambientais relativos às bases de dados de endereçamento, certificações ambientais, utilização de recursos sustentáveis e de materiais reciclados e/ou recicláveis. Caso cumpram com esses critérios, para além do acesso a tarifários específicos mais reduzidos, estão autorizados a utilizar o símbolo de Mérito Verde dos CTT, certificando que a sua mensagem é mais “amiga do ambiente”.

#### Resultados

O lançamento do portefólio Eco abrandou a tendência de redução de receitas. No período de Janeiro a Agosto de 2011, a nova gama DM ECO representou 13% do total de receitas dos produtos de Marketing Directo e o volume de vendas do Correio Verde mais do que triplicou, comparativamente ao período homólogo do ano anterior.

Um recente estudo de posicionamento da marca revelou que a associação feita, pelo público em geral, entre a marca CTT e os temas ambientais, bem como com acções de responsabilidade social corporativa, aumentou de 31% para 44% e 48% respectivamente, em 2010.

*in Anuário de Sustentabilidade 2011, BioRumo*



## RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

*A Responsabilidade Social das empresas assume-se como um tema da actualidade, tendo vindo a ser consolidada a ideia de que as empresas devem assumir um papel mais vasto perante a sociedade, em que incidem, para além da maximização de lucros e criação de riqueza.*

As empresas devem encarar a Responsabilidades Social como uma estratégia significativa de modo a manter ou até aumentar a sua rentabilidade e potenciar o seu desenvolvimento. Situação que se reflecte na crescente consciencialização do consumidor na procura de produtos, serviços e bens que conciliem a relação equilibrada entre ambiente, comunidade e economia.

A Responsabilidade Social representa um marco importante no comportamento das organizações e exerce pressão e impacte no delinear dos objectivos e estratégias das empresas, enquanto motores de desenvolvimento.

A mudança de paradigma é essencial para a competitividade, uma vez que o mercado se encontra cada vez mais competitivo, induzindo uma maior preocupação das empresas no que se refere ao controlo dos impactes ambientais e sua significância.

As atitudes/comportamentos devem ser encarados como uma oportunidade que as empresas possuem de implementar práticas sustentáveis de gestão, obtendo vantagens competitivas em relação a outras empresas e não apenas como um reflexo das exigências legais ou até impostas por grupos ambientais.

A Responsabilidade Empresarial deixou de representar apenas uma atitude perante as imposições para se transformar em atitudes voluntárias, superando as próprias expectativas da sociedade.



## BONS EXEMPLOS...

### Responsabilidade Social Nestlé

#### Alimentação e Estilos de Vida Saudáveis – Programa Apetece-me

A Nestlé promove estilos de vida saudáveis e hábitos alimentares equilibrados e encoraja os consumidores a tomar decisões informadas e fundamentadas, de forma a cultivar a adopção de hábitos alimentares mais saudáveis e diminuir assim os riscos de problemas de saúde, como é o caso da Obesidade. Foi com este intuito que criou o Programa Educativo “Apetece-me” e todos os materiais que o compõem, para permitir que os consumidores de amanhã sejam mais informados sobre Alimentação e Estilos de Vida Saudáveis.

A estratégia pedagógica é pioneira em Portugal, sendo um dos raros projectos educativos a seguir uma abordagem transversal, que integra todas as matérias curriculares.

Após adesão, cada escola recebe os *kits* pedagógicos com os materiais preparados para cada ano lectivo e tem assim oportunidade de desenvolver um projecto transversal ao longo de todo o ano de forma totalmente independente.

Relativamente ao universo escolar, aderiram no ano lectivo 2010/2011 ao Programa Educativo “Apetece-me” 2 037 escolas do 1.º Ciclo e 662 escolas dos 2.º e 3.º Ciclos. No total, o Programa contou com a participação de 184 809 alunos do 1.º Ciclo (37,9% do total do país) e 322 613 alunos dos 2.º e 3.º Ciclos (40,6% do total). O concurso contou com a participação de mais de 4 000 alunos. Neste mesmo ano lectivo o projecto-piloto para o Pré-Escolar envolveu 15 escolas e cerca de 1 000 alunos entre os 4 e os 5 anos de idade.

*in Anuário de Sustentabilidade 2011, BioRumo*

As PME constituem, no tecido empresarial português, mais de 99% do número total de empresas, sendo, portanto, fundamental que adoptem uma nova postura face à Responsabilidade Social Empresarial, através da implementação de uma estratégia neste âmbito.

Ao reconhecerem na Responsabilidade Social Empresarial um meio para que possam desenvolver competências, para além de adquirirem uma imagem mais humana no seio das por comunidades, será expectável que cada vez mais empresas adoptem esta conduta. Destemodo resultarão relações mais fortes, não só com os colaboradores, mas restantes *stakeholders*, em prol de um Desenvolvimento Sustentável do negócio.

## BONS EXEMPLOS...

### Responsabilidade Social e Ambiental no Grupo Soja de Portugal

O Grupo Soja de Portugal, no mercado desde 1943, actua no mercado agro-alimentar, estando presente em todo o território nacional, com forte presença nos municípios de Ovar, São Pedro do Sul e Trofa.

A par da sua actividade fortemente inovadora e dinâmica no sector da alimentação humana e alimentação animal, esta última incidindo nos cuidados nutricionais para animais de companhia, aquacultura, avicultura e pecuária, tem permanentemente presente, na sua actuação, a sua Responsabilidade Social e Ambiental.

Todo o investimento efectuado é tido pelo Grupo Soja de Portugal como uma necessidade imprescindível para a melhoria da qualidade de vida das comunidades locais, sendo os benefícios claramente visíveis e notados pelas mesmas.

As actividades que desenvolve em prol da comunidade assentam em três pilares-chave: apoio a causas e entidades locais, apoio a colaboradores e a educação ambiental sendo de destacar as seguintes:

- Protocolo com a Associação Raríssimas;
- Protocolo a centros de acolhimento de animais abandonados;
- Apoio a colectividades culturais e desportivas locais;
- Apoio a colaboradores na resolução de problemas do foro pessoal;
- Colaboração com a comunidade escolar através de fornecimento de diversos equipamentos e do desenvolvimento do programa anual de educação ambiental para as escolas do pré-escolar ao 3º ciclo;
- Financiamento em cerca de 80% da construção de um interceptor de ligação ao sistema de recolha de águas residuais que beneficiará as populações de duas freguesias no Concelho da Trofa.



## GESTÃO AMBIENTAL

*A Gestão Ambiental começa a ser encarada como um ponto estratégico dentro das organizações que se tem revelado um factor importante de competitividade.*

A Gestão Ambiental tem vindo a desenvolver-se no meio empresarial. O desenvolvimento da consciência ecológica em diferentes sectores da sociedade acaba por envolver também as empresas. No entanto, não é ainda possível afirmar que todos os sectores industriais estão conscientes da importância de uma gestão responsável no que diz respeito aos recursos naturais.

As empresas que optarem não apostar na adequação das suas tecnologias e actividades em prol de um desenvolvimento sustentável estarão em desvantagem em relação a outras e poderão perder competitividade a curto ou médio prazo.

Grande parte dos investimentos aplicados em Gestão Ambiental são direccionados por factores competitivos, embora existam outros factores que determinem a realização de investimento nesta área por parte das organizações, em função da sua realidade.

Assim, o empresário/investidor, que assuma a Gestão Ambiental como mais um factor de aumento de custos do processo produtivo, depara-se com vantagens competitivas e oportunidades económicas de uma gestão responsável dos recursos naturais.

A Gestão Ambiental apresenta uma sequência de actividades que devem ser aplicadas, tais como:

- Definição de estratégias de administração do meio ambiente;
- Conformidade com as leis ambientais;
- Implementação do programa de prevenção à poluição;
- Gestão de instrumentos de correcção de danos ao meio ambiente;
- Adequação dos produtos às especificações ecológicas;
- Monitorização do programa ambiental da empresa.

Para além da estrutura organizacional e actividades de planeamento, a Gestão Ambiental alberga todas as responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos que visam implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental.

Ao comprometerem-se com um processo de Gestão Ambiental, as empresas aplicam, interna e externamente, um conjunto de medidas que visam o controlo e minimização de impactes ambientais, tais como:

Controlo e redução dos impactes no ambiente, devido a operações ou produtos;

Cumprimento de leis e normas ambientais;

Desenvolvimento e uso de tecnologias apropriadas para minimizar ou eliminar resíduos industriais;

Monitorização e avaliação dos processos e parâmetros ambientais;

Eliminação ou redução dos riscos para o meio ambiente e para o Homem;

Utilização de tecnologias limpas (*clean technologies*), visando a minimização dos gastos de energia e materiais;

Melhoria do relacionamento entre a comunidade e o governo;

Antecipação de questões ambientais que possam causar problemas ao meio ambiente e, particularmente, à saúde humana.



## SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL - SGA

O Sistema de Gestão Ambiental (SGA) foi desenvolvido em conjunto com os Sistemas de Qualidade. Representa uma ferramenta de gestão que possibilita a qualquer empresa, independentemente do tipo ou dimensão, controlar o impacto das suas actividades no ambiente.

O SGA pode ser definido como um conjunto de procedimentos para gerir ou administrar uma organização, de modo a obter o melhor relacionamento com o ambiente. Possibilita uma abordagem estruturada para estabelecer objectivos, os meios para os atingir e para demonstrar que foram atingidos.

De modo a que um SGA seja estabelecido, é necessário identificar todos os aspectos pertinentes às actividades, produtos e serviços das organizações, bem como os impactes significativos que poderão provocar no ambiente. Essa identificação pode ser realizada através de uma revisão inicial, tendo em conta, pelos menos, as seguintes áreas:

- Legislação e outros instrumentos legais e normativos;
- Aspectos ambientais;
- Análise das práticas e procedimentos de Gestão Ambiental;
- Avaliação dos incidentes/acidentes prévios.

Os SGA não são obrigatórios, não existindo legislação que obrigue as empresas a implementar estes sistemas. Contudo, as relações internacionais, nomeadamente as cpor comerciais, estabelecem, como condição de comercialização de produtos e serviços, a certificação formal dos fornecedores em termos de Gestão Ambiental.

O SGA permite à organização atingir um nível elevado de desempenho ambiental estipulado e promover a melhoria contínua ao longo do tempo. Consiste, principalmente, no planeamento das suas actividades, visando a eliminação ou minimização dos impactes no ambiente, por meio de acções preventivas ou de medidas de mitigação.

Com expectativas ambientais cada vez mais estritas, muitas empresas reconhecem a necessidade de integrar a Gestão Ambiental nas operações de negócio.

Verifica-se uma grande similaridade entre os padrões ambientais do sistema de gestão aplicados numa base internacional, europeia, e nacional, como exemplo o ISO 14001 ou o EMAS:

Compreensão objectiva dos aspectos ambientais e dos seus impactes;

Necessidade de uma política ambiental, que esclareça os princípios ambientais promovidos pela empresa;

Definição de objectivo e metas;

Definição de um sistema ou de um programa ambiental de gestão, que esclareça como os objectivos e as metas serão atingidos;

Realização de auditorias internas ao SGA para assegurar a sua eficácia e cumprimento;

Revisão do SGA, assegurando que este continua apropriado e eficaz para a empresa e para os objectivos e metas definidos.



## BENEFÍCIOS DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL

*Algumas empresas têm vindo a adoptar práticas conscientes, pensando no valor que o ambiente assume para a sociedade e no papel que o mesmo assumirá no futuro. Além de gerar vantagens competitivas, as empresas preparam-se para as exigências cada vez maiores das leis de cariz ambiental.*

Face à crescente concorrência global do mercado, as expectativas dos clientes não se cingem apenas à procura de um determinado nível de qualidade ao menor custo. Os clientes estão, cada vez mais, informados e predispostos a comprar e usar produtos que respeitem o ambiente.

As vantagens ambientais resultam da definição de regras para a realização de operações com potencial impacte ambiental e a introdução de novas e melhores práticas ambientais nessas operações, resultando numa redução dos riscos ambientais da actividade, nomeadamente as emissões, derrames, acidentes.

A introdução e aplicação das novas práticas ambientais contribui para:

- Redução de custos;
- Melhoria da eficiência dos processos;
- Redução de consumos (matérias-primas, água, energia);
- Minimização do tratamento de resíduos e efluentes;
- Diminuição de prémios de seguros, coimas, entre outros.

Ao estabelecer-se uma estrutura de Gestão Ambiental numa empresa, verifica-se uma alteração em toda a organização, que promove a definição de funções, responsabilidades e autoridades, levando, conseqüentemente, a um aumento de motivação nos colaboradores.

## BONS EXEMPLOS...

A CARRIS tem desenvolvido, ao longo dos últimos anos, uma actividade criteriosa, em termos ambientais, que visa não só o cumprimento de todos os requisitos legais, mas, também, controlar e minimizar todos os aspectos da sua actividade que possam interagir negativamente com o meio ambiente.

Tendo por base este objectivo, a CARRIS implementou um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) que, no mês de Abril de 2008, foi certificado pela APCER, de acordo com a NP EN ISO 14001, o qual está integrado com o Sistema de Gestão da Qualidade.

Quais as vantagens da certificação do SGA, para a CARRIS?

- Assegurar o cumprimento da legislação ambiental e de outros requisitos da organização, protegendo assim o meio ambiente e reduzindo a poluição;
- Melhorar o desempenho ambiental, optimizando o consumo dos recursos naturais e reduzindo a deposição de resíduos em aterro;
- Prevenir os acidentes ambientais;
- Melhorar a imagem da Empresa;
- Aumentar a confiança dos *Stakeholders*.

Exemplos de práticas existentes na CARRIS neste âmbito?

- Optimização dos consumos de água e energéticos nas instalações, através de um controlo sistemático dos seus consumos;
- Disponibilização, nas áreas administrativas e oficinais, de recipientes próprios para recolha selectiva de resíduos, identificados com etiquetas, que definem a boa prática de separação;
- Instalação de equipamentos para tratamento de efluentes líquidos (hidrocarbonetos e gorduras) nas instalações, para melhorar a qualidade dos efluentes descarregados, cumprindo assim escrupulosamente a legislação em vigor;
- Não utilização de fluidos refrigerantes que promovam a destruição da camada de ozono, nos sistemas de ar condicionado da frota de serviço público;
- Impermeabilização de zonas de abastecimento de combustíveis;
- Elaboração de fichas de intervenção e actuação em situações ocasionais ou de emergência;
- Inclusão de critérios e considerações ambientais nos clausulados dos Cadernos de Encargos;
- Premiada no 1º workshop internacional Buying Green.

in <http://www.carris.pt/pt/certificacao/>

Uma grande vantagem passa pela melhoria da imagem da empresa e sua aceitação pela sociedade, quando explorada correctamente pelo *Marketing*.

Outras vantagens:

- Melhoria na organização interna;
- Melhoria da imagem;
- Aumento da satisfação e confiança dos clientes;
- Aumento da motivação e envolvimento no sistema, por parte dos colaboradores internos;
- Confiança no sistema e reflexão sobre o mesmo;
- Melhoria da posição competitiva, face aos concorrentes não certificados;
- Redução de custos;
- Acesso a determinados mercados e concursos, em face de um sistema com base em critérios internacionalmente aceites;
- Minimização do impacte ambiental das actividades.



## A GESTÃO AMBIENTAL COMO VANTAGEM COMPETITIVA

*Para atingir a sustentabilidade, as empresas projectam técnicas e mecanismos de Gestão Ambiental, cuja implementação deve ser encarada com seriedade, envolvendo o comprometimento da administração de topo.*

A Gestão Ambiental correlacionada aos aspectos económico-contábeis permite a identificação dos custos ambientais gerados pelas actividades e processos organizacionais. Desse modo, a empresa pode estabelecer planos de acção e mecanismos de controlo com o objectivo de mitigar ou eliminar tais custos, melhorando decisivamente a eficiência da utilização de recursos da empresa, factor chave para acumulação de riquezas.

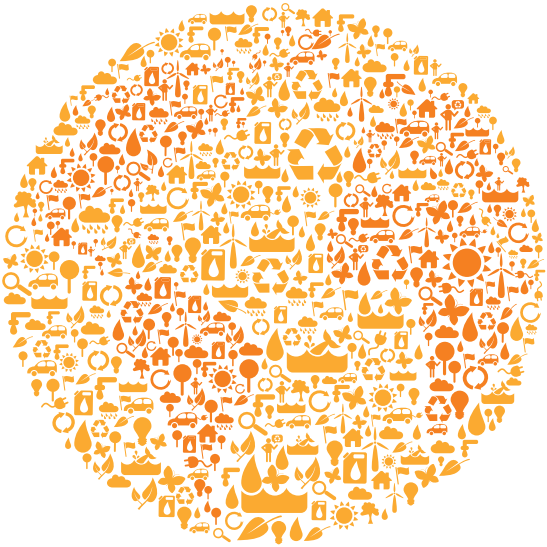
Assim, pode-se alavancar a estratégia competitiva da empresa e assegurar o cumprimento de seu papel social, através da actuação responsável. A gestão eficiente sabe detectar oportunidades para investimentos rentáveis onde parece haver apenas exigências e despesas.

As empresas poderão adoptar uma postura organizacional face ao ambiente tanto a nível interno como externo.

A nível interno esta postura revela-se através da consciencialização e interiorização de métodos e conceitos ambientalmente mais correctos, a aplicar na própria empresa. O Marketing deve tentar garantir uma coerência na política ambiental da empresa com todos os seus funcionários, fornecedores e distribuidores. Pode fazê-lo através de programas especiais para o público interno, que incitem à compreensão e prática dessa mesma política.

A nível externo, compete ao Marketing da empresa identificar quais as preocupações e necessidades ambientais do seu segmento de mercado, moldando os seus produtos e serviços aos seus clientes. Assim, por meio de acções inovadoras, deverá tentar mudar os hábitos de consumo do seu público, substituindo-os por outros mais modernos e compatíveis com o ambiente.





## FACTORES QUE PODEM DETERMINAR A VANTAGEM COMPETITIVA DA GESTÃO AMBIENTAL

*Inúmeros factores podem determinar a vantagem competitiva de uma estratégia baseada na Gestão Ambiental. Inumeram-se a seguir os interesses dos stakeholders envolvidos:*

**Estado:** através da legislação, o Estado determina o referencial de acção das empresas, punindo práticas que tenham impactes ambientais significativos, através de coimas e proibições. De facto, enquanto as empresas não se consciencializarem da importância de uma actuação ecologicamente correcta, as regulamentações serão necessárias, de modo a:

- Criarem pressão para motivar as empresas a inovar;
- Melhorar a qualidade ambiental para os casos em que a inovação e os resultados de melhoria na produtividade de recursos não excedem o custo de adequação;
- Alertarem e sensibilizarem as empresas para possíveis ineficiências de recursos e áreas potenciais para realização de melhorias tecnológicas;

**Comunidade:** o envolvimento das organizações com as questões sócio-ambientais pode transformar-se numa oportunidade de negócio. O conceito que a sociedade tem da empresa é um dos factores determinantes do sucesso ou fracasso do negócio, uma vez que está correlacionado ao *goodwill* da empresa, o seu activo intangível.

**Accionistas:** os accionistas mais informados tendem a preferir injectar recursos em empresas com preocupações ambientais, por serem mais seguras e conceituadas, o que garante o retorno dos seus dividendos. Desta forma, as empresas com preocupações ambientais podem assegurar o aporte de recursos para alavancar os seus negócios.

**Colaboradores:** a implementação da Gestão Ambiental exige consciencialização e competência dos colaboradores envolvidos, o que ajudará na eficiência e na melhoria do processo de produção, reaproveitando ao máximo as potencialidades da empresa. Além disso, os colaboradores tendem a preferir estar associados a empresas ambientalmente responsáveis que, de um modo geral, demonstram ter

mais capacidade para assegurar a continuidade e os postos de trabalho. A empresa, cuja imagem é segura e confiável, promove a satisfação dos seus colaboradores, podendo resultar num aumento de produtividade.

Actualmente verifica-se uma preocupação mais intensa em relação às questões ambientais quer pelos produtores, quer pelos consumidores. Surge deste modo um “novo paradigma do consumo” onde o consumismo e o desperdício são substituídos pela cooperação, pela ampliação dos direitos, por uma exigência de melhor qualidade de vida e de um consumo responsável e sadio.

São estes indícios que permitem afirmar a crescente consciencialização social a nível do ambiente.

A preocupação ambiental apresenta uma dimensão económica que se traduz por incentivos à reestruturação e inovação no seio das empresas, induzindo melhorias de produtividade e eficiência na utilização dos recursos e reduções de custos que tornarão as empresas mais competitivas.

A capacidade de criação de riqueza e a criação de valor compatível com a preservação do ambiente é um dos desafios e oportunidades de gestão nos dias de hoje, construindo o futuro e antecipando a mudança, de modo a criar vantagens competitivas sustentáveis.

## GLOSSÁRIO

**Biodiversidade** – Pode ser definida como a variedade e a variabilidade existente entre os organismos vivos e as complexidades ecológicas nas quais elas ocorrem. Corresponde a uma associação de vários componentes hierárquicos: ecossistema, comunidade, espécies, populações e genes em uma área definida. Refere-se, portanto, à variedade de vida no planeta Terra, incluindo a variedade genética dentro das populações e espécies, a variedade de espécies da flora, da fauna, de fungos macroscópicos e de microrganismos, a variedade de funções ecológicas desempenhadas pelos organismos nos ecossistemas; e a variedade de comunidades, habitats e ecossistemas formados pelos organismos.

**Camada de ozono** – Corresponde à camada superior de protecção da atmosfera terrestre, cerca de 24 km acima do solo, contendo ozono que absorve alguns dos raios ultravioletas provocados pelo sol, reduzindo assim o potencial perigo de radiação na superfície terrestre.

**Certificação Ambiental** – Do ponto de vista de políticas públicas, a certificação ambiental é um instrumento que se destina a educar consumidores sobre os impactes ambientais da produção, uso e eliminação de produtos, levando a uma mudança no padrão de consumo e, assim, reduzir os seus impactes negativos no ambiente.

**Desenvolvimento** – A utilização dos recursos físicos, financeiros e humanos no sentido de satisfazer as necessidades do ser humano, e que implica alterações na biosfera. O desenvolvimento refere-se não só ao crescimento da indústria, comércio e infra-estruturas, mas também das condições sanitárias, educação, medicina, serviços de saúde, habitação, parques nacionais, instalações turísticas e recreativas.

**Desenvolvimento Sustentável** – É um conceito sistémico que se traduz num modelo de desenvolvimento global que incorpora os aspectos de desenvolvimento ambiental. Foi usado pela primeira vez em 1987, no Relatório Brundtland, um relatório elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criado em 1983 pela Assembleia das Nações Unidas. A definição mais usada para o desenvolvimento sustentável é: O desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração actual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades, significa possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e económico e de realização humana e cultural, fazendo, ao mesmo tempo, um uso razoável dos recursos da terra e preservando as espécies e os habitats naturais (Relatório Brundtland). O campo do desenvolvimento sustentável pode ser conceptualmente dividido em três componentes: a sustentabilidade ambiental, sustentabilidade económica e sustentabilidade sócio-política.

**EMAS** – Em português, Sistema Comunitário de Ecogestão e Auditoria (SCEA) é um mecanismo voluntário destinado a empresas e organizações que se querem comprometer a avaliar, a gerir e a melhorar o seu desempenho ambiental, possibilitando evidenciar, perante terceiros e de acordo com os respectivos referenciais, a credibilidade do seu Sistema de Gestão Ambiental e do seu desempenho ambiental.

**Estudo de Impacte Ambiental (EIA)** – É um documento técnico onde se avaliam as consequências para o ambiente decorrentes de um determinado projecto. Nele encontram-se identificados e avaliados de forma imparcial e meramente técnica os impactes que um determinado projecto poderá causar no ambiente, assim como apresentar medidas mitigadoras. Por estas razões, é um importante instrumento de avaliação de impacto ambiental (AIA). No âmbito da lei Portuguesa, um Estudo de Impacte Ambiental é um documento elaborado no âmbito do procedimento de uma Avaliação de Impacte Ambiental (AIA). Este documento deve conter uma descrição sumariada do projecto, assim como identificar e avaliar os possíveis impactes que o projecto em análise possa causar, apresentar um cenário previsível da evolução da situação sem a realização do projecto, assim como apresentar medidas mitigadoras ou compensadoras dos impactes negativos. Por fim, deve conter um Resumo não técnico (RNT) de todas estas informações.

**Gases com efeito de estufa (GEE)** – Inclui o dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), o óxido nitroso (N<sub>2</sub>O) ou o me-

tano (CH<sub>4</sub>) que constituem os principais responsáveis pelo chamado efeito de estufa.

**Gestão Ambiental** – É a administração do exercício de actividades económicas e sociais de modo a utilizar racionalmente os recursos naturais, renováveis ou não. A gestão ambiental deve incidir no uso de práticas que garantam a conservação e preservação da biodiversidade, a gestão da produção de resíduos e a redução do impacte ambiental das actividades humanas sobre os recursos naturais. A prática da gestão ambiental introduz a variável ambiental no planeamento empresarial, e quando bem aplicada, permite a redução de custos directos - pela diminuição do desperdício de matérias-primas e de recursos cada vez mais escassos e mais dispendiosos, como água e energia - e de custos indirectos - representados por sanções e indemnizações relacionadas a danos ao meio ambiente ou à saúde humana.

**Gestão dos resíduos sólidos** – Utilização de várias práticas para tratar os resíduos sólidos. Inclui redução na fonte, reutilização, reciclagem, incineração, deposição em aterro e valorização de produtos finais.

**Impacte ambiental** – É a alteração no meio ambiente ou em algum de seus componentes por determinada acção ou actividade humana. Estas alterações devem ser quantificadas pois apresentam variações relativas, podendo ser positivas ou negativas, grandes ou pequenas. O objectivo do estudo dos impactes ambientais é, principalmente, o de avaliar as consequências de algumas acções, permitindo a prevenção da qualidade de determinado ambiente que poderá sofrer a execução de certos projectos ou acções, ou logo após a implementação dos mesmos.

**ISO** – A sigla ISO vem do inglês *International Organization for Standardization*, ou seja, Organização Internacional de Padronização. A ISO é uma Organização Não Governamental que está presente em cerca de 120 países. Fundada em 1947 em Genebra, tem a função de promover a normalização de produtos e serviços, utilizando determinadas normas para que a qualidade dos produtos seja sempre melhorada. Em Portugal, a entidade que regulamenta a ISO é o Instituto Português da Qualidade.

**Norma ISO 14001** – Norma da série ISO 14000 referente a Requisitos do Sistema de Gestão Ambiental. São especificações e linhas de orientação para a sua utilização.

**Recursos naturais** – São elementos da natureza com utilidade para o Homem, com o objectivo do desenvolvimento da civilização, sobrevivência e conforto da sociedade em geral. Podem ser renováveis, como a energia do Sol e do vento – a água, o solo e as árvores, que são considerados limitados, são chamados de potencialmente renováveis –, e ainda não renováveis, como o petróleo e minérios em geral.

**Responsabilidade Social Empresarial (RSE)** – É um conceito, segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Com base nesse pressuposto, a gestão das empresas não pode e/ou não deve ser norteada apenas pelo cumprimento de interesses dos proprietários das mesmas, mas também por outros detentores de interesses como, por exemplo, os trabalhadores, comunidades locais, clientes, fornecedores, autoridades públicas, concorrentes e a sociedade em geral.

**Sanções** – Acções tomadas pelo governo quando o planeamento ou a implementação de um plano de melhoramento fracassa. Nestas acções podem ser incluídas a retenção de fundos e a suspensão da construção de novas fontes de potencial poluição.

**Sistema de Gestão Ambiental** – É um dos instrumentos com mais potencialidades para o alcance de um comportamento ecoeficiente pelas empresas, sendo o principal objectivo a integração da Gestão Ambiental nos seus sistemas de gestão global.

**Stakeholders** – Termo inglês utilizado para representar as partes interessadas associadas à actividade de determinada empresa e todos aqueles sobre os quais a empresa tem qualquer tipo de influência. Este termo é bastante utilizado num contexto de Responsabilidade Social e representa todos os “actores” da empresa (colaboradores, clientes, fornecedores, accionistas e administradores), os “observadores” (o Estado, os sindicatos, as instituições e a comunicação social) e a sociedade civil (associações da região onde está implantada a empresa).

# REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

## Websites:

[http://www.fAAP.br/revista\\_faap/revista\\_facom/facom\\_17/silvio.pdf](http://www.fAAP.br/revista_faap/revista_facom/facom_17/silvio.pdf)  
<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0042-1.pdf>  
<http://www.gestiopolis.com/Canais4/ger/buscestrategias.htm>  
<http://www.fep.up.pt/LEC514/ecomarketing.pdf>  
[http://campus.fct.unl.pt/afr/ipa\\_9900/grupo0057\\_sistambientais/desenvolvimento.htm#](http://campus.fct.unl.pt/afr/ipa_9900/grupo0057_sistambientais/desenvolvimento.htm#)  
<http://www.carris.pt/pt/certificacao/>  
<http://www.eea.europa.eu/pt>  
[www.gpp.pt](http://www.gpp.pt)  
[www.unep.org](http://www.unep.org)  
<http://portal.min-agricultura.pt/portal/page/portal/MADRP/PT>

## Livros:

### **A Contabilidade e Gestão Ambiental**

Teresa Pereira Eugénio - Áreas Editora

### **Introdução à Ética Empresarial**

João César das Neves – Principia

### **Marketing Ambiental – Casos de Estudo em Portugal**

Joaquim Caetano e Tiago Robalo Gouveia – Bnomics

### **A Empresa Sustentável – O verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental**

Andrew W. Savitz com Carl Weber - Campus/Elsevier

### **Sistema de Informação Ambiental e a Gestão de Excelência**

Maria Manuela Fernandes Rebelo Duarte – Universidade Lusíada

### **Desafio da Empresa Sustentável**

Jan-Olaf Willums e World Business Council for Sustainable Development - Editora First Media

## CONTACTOS

### **ANJE – Associação Nacional Jovens Empresários**

Morada: Casa do Farol, Rua Paulo da Gama  
4169-006 Porto  
Tel. 22 010 80 00  
Fax. 22 010 80 10  
email. [anje@anje.pt](mailto:anje@anje.pt)  
[improvecenter@anje.pt](mailto:improvecenter@anje.pt)  
[www.anje.pt](http://www.anje.pt)

### **ANJE – ALGARVE**

ANJE- Associação Nacional de Jovens Empresários  
Estrada da Penha, 8000-489 Faro  
Tel. 289 862 902  
e-mail: [odrigobeja@anje.pt](mailto:odrigobeja@anje.pt)

### **ANJE – COIMBRA**

ANJE- Associação Nacional de Jovens Empresários  
Parque de Exposições da ACIC,  
Alto da Relvinha 3020-365 Coimbra  
Tel. 239 496 374  
e-mail: [nunogaspar@anje.pt](mailto:nunogaspar@anje.pt)

### **ANJE – LISBOA**

ANJE- Associação Nacional de Jovens Empresários  
Quinta de Santa Marta,  
Estrada da Circunvalação, 1495 Algés  
Tel. 21 413 46 60  
e-mail: [anacristina@anje.pt](mailto:anacristina@anje.pt)

### **ANJE – ALENTEJO**

ANJE- Associação Nacional de Jovens Empresários  
Rua Frei José Maria nº5, Vila Lusitano  
7005-495 Évora  
Tel. 266 707 007  
e-mail: [cctarino@anje.pt](mailto:cctarino@anje.pt)

### **BioRumo - Consultoria em Ambiente e Sustentabilidade LDA**

Morada: Edifício Capitólio, Av. De França, 256, E3.1  
4050 – 276 Porto  
Tel. 228 349 580  
Fax. 228 349 589  
email. [geral@biorumo.com](mailto:geral@biorumo.com)

### **IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação**

Morada: Estrada do Paço do Lumiar, Campus do Lumiar – Edifício A  
1649 – 038 Lisboa  
Tel. 213 836 000  
Fax. 213 836 283  
e-mail. [info@iapmei.pt](mailto:info@iapmei.pt)  
[www.iapmei.pt](http://www.iapmei.pt)

**BCSD Portugal – Conselho Empresarial Para o Desenvolvimento Sustentável**

Morada: Av. de Berna, nº 11, 8º Andar.  
1050-036 Lisboa, Portugal  
Tel. 217 819 001  
Fax. 217 819 126  
email. [info@bcdsportugal.org](mailto:info@bcdsportugal.org)  
[www.bcdsportugal.org](http://www.bcdsportugal.org)

**APA – Agência Portuguesa do Ambiente**

Morada: Rua da Murgueira, 9/9A - Zambujal - Ap. 7585  
2611-865 Amadora  
Tel. 21 472 82 00  
Fax. 21 471 90 74  
[www.apambiente.pt](http://www.apambiente.pt)

**Ministério da Agricultura, Mar, Ambiente e Ordenamento do Território**

Morada: Praça do Comércio  
1149-010 Lisboa  
Tel. 213 234 600  
Fax. 213 234 601  
e-mail. [geral@min-agricultura.pt](mailto:geral@min-agricultura.pt)  
[www.min-agricultura.pt](http://www.min-agricultura.pt)

**Administração da Região Hidrográfica do Alentejo, I.P. - ARH Alentejo**

Morada: Rua da Alcárcova de Baixo, n.º 6 - Apartado 2031  
7001-901 Évora  
Tel. 266 768 200  
Fax. 266 768 230  
e-mail. [geral@arhalentejo.pt](mailto:geral@arhalentejo.pt)  
[www.arhalentejo.pt](http://www.arhalentejo.pt)

**Administração da Região Hidrográfica do Algarve, I.P. - ARH Algarve**

Morada: Rua do Alportel, n.º 10-2º  
8000-293 Faro  
Tel. 289 889 000  
Fax. 289 889 099  
e-mail. [presidencia@arhalgarve.pt](mailto:presidencia@arhalgarve.pt)  
[www.arhalgarve.pt](http://www.arhalgarve.pt)

**Administração da Região Hidrográfica do Centro, I.P. - ARH Centro**

Morada: Edifício Fábrica dos Mirandas - Avenida Cidade Aeminium  
3000-429 Coimbra  
Tel. 239 850 200  
Fax. 239 850 250  
e-mail. [geral@arhcentro.pt](mailto:geral@arhcentro.pt)  
[www.arhcentro.pt](http://www.arhcentro.pt)

**Administração da Região Hidrográfica do Norte, I.P. - ARH Norte**

Morada: R. Formosa, n.º 254  
4000 Porto  
Tel. 223 400 000  
Fax. 223 400 010  
e-mail. [geral@arhnorte.pt](mailto:geral@arhnorte.pt)  
[www.arhnorte.pt](http://www.arhnorte.pt)

**Administração da Região Hidrográfica do Tejo, I.P. - ARH Tejo**

Morada: Rua Braamcamp, n.º 7  
1250-048 Lisboa  
Tel. 211 554 800  
Fax. 211 554 809  
e-mail. [geral@arhtejo.pt](mailto:geral@arhtejo.pt)  
[www.arhtejo.pt](http://www.arhtejo.pt)

**Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional de Lisboa e Vale do Tejo-CCDRLVT**

Morada: Rua Artilharia Um, n.º 33  
1269-145 Lisboa  
Tel. 213 837 100  
Fax. 213 831 292  
e-mail. [geral@ccdr-lvt.pt](mailto:geral@ccdr-lvt.pt)  
[www.ccdr-lvt.pt](http://www.ccdr-lvt.pt)

**Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo - CCDRA**

Morada: Avenida Engenheiro Arantes e Oliveira, n.º 193  
7004-514 Évora  
Tel. 266 706 562  
Fax. 266 740 300  
e-mail. [expediente@ccdr-a.gov.pt](mailto:expediente@ccdr-a.gov.pt)  
[www.ccdr-a.gov.pt](http://www.ccdr-a.gov.pt)

**Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve - CCDR-ALG**

Morada: Praça da Liberdade, n.º 2  
8000-164 Faro  
Tel. 289 895 200  
Fax. 289 807 623  
e-mail. [geral@ccdr-alg.pt](mailto:geral@ccdr-alg.pt)  
[www.ccdr-alg.pt](http://www.ccdr-alg.pt)

**Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro - CCDRC**

Morada: Rua Bernardim Ribeiro, n.º 80  
3000-069 Coimbra  
Tel. 239 400 100  
Fax. 239 400 115  
e-mail. [geral@ccdr-c.pt](mailto:geral@ccdr-c.pt)  
[www.ccdr-c.pt](http://www.ccdr-c.pt)

**Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte - CCDRN**

Morada: Rua Rainha D. Estefânia, n.º 251  
4150-304 Porto  
Tel. 226 086 300  
Fax. 226 061 489  
e-mail. [geral@ccdr-n.pt](mailto:geral@ccdr-n.pt)  
[www.ccdr-n.pt](http://www.ccdr-n.pt)

**CNADS – Conselho Nacional do Ambiente e do Desenvolvimento Sustentável**

Morada: Rua São Domingos à Lapa, 26  
1200- 835 Lisboa  
Tel. 21 392 99 25 / 21 392 99 26 / 21 392 99 27  
Fax. 21 392 99 29  
e-mail. [cnads@sg.maot.gov.pt](mailto:cnads@sg.maot.gov.pt)  
[www.cnads.pt](http://www.cnads.pt)



**Departamento de Prospectiva e Planeamento e Relações Internacionais - DPP**

Morada: Av. D. Carlos I, n.º 126  
1249-073 Lisboa  
Tel. 213 935 200  
Fax. 213 935 208  
e-mail. [dic@dpp.pt](mailto:dic@dpp.pt)  
[www.dpp.pt](http://www.dpp.pt)

**Direção-Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano - DGOTDU**

Morada: Campo Grande, n.º 50  
1749-014 Lisboa  
Tel. 217 825 000  
Fax. 217 825 003  
e-mail. [dgotdu@dgotdu.pt](mailto:dgotdu@dgotdu.pt)  
[www.dgotdu.pt](http://www.dgotdu.pt)

**Gabinete de Planeamento e Políticas - GPP**

Morada: Rua Padre António Vieira, nº 1  
1099-073 Lisboa  
Tel. 213 819 300  
Fax. 213 876 635  
e-mail. [gpp@gpp.pt](mailto:gpp@gpp.pt)  
[www.gpp.pt](http://www.gpp.pt)

**Secretaria-Geral [ex-MAOT]**

Morada: Rua de "O Século", n.º 51, 3.º  
1200-433 Lisboa  
Tel. 213 231 500  
Fax. 213 231 530  
e-mail. [relacoes.publicas@sg.maot.gov.pt](mailto:relacoes.publicas@sg.maot.gov.pt)  
[www.sg.maot.gov.pt](http://www.sg.maot.gov.pt)

**Inspecção-Geral do Ambiente e do Ordenamento do Território**

Morada: Rua de O Século, nº63 (Bairro Alto)  
1249-033 Lisboa  
Tel. 21 321 55 00  
Fax. 21 321 55 62  
e-mail. [igaot@igaot.pt](mailto:igaot@igaot.pt)  
[www.igaot.pt/](http://www.igaot.pt/)

**Agência Europeia do Ambiente**

Morada: Kongens Nytorv 6  
1050 Copenhagen K  
Denmark  
Tel. (+45) 33 36 71 00  
Fax. (+45) 33 36 71 99  
[www.eea.europa.eu/pt](http://www.eea.europa.eu/pt)

**Programa de Ambiente das Nações Unidas**

Morada: United Nations Avenue, Gigiri  
30552, 00100  
Nairobi, Kenya  
Tel. (254-20) 76 21 234  
Fax. (254-20) 76 24 489/90  
e-mail. [unepinfo@unep.org](mailto:unepinfo@unep.org)  
[www.unep.org](http://www.unep.org)





