

Não Basta ser Verde

Giorgio Dell'Acqua, PhD

Dellacqua Consulting, Jersey City, NJ EUA



O próximo capítulo da história dos produtos naturais será um movimento em direção ao progresso social. Este artigo especula o que legado social e suas métricas implicam, e traz estudos de caso da indústria de cosméticos.



El siguiente capítulo de la historia de los productos naturales es un movimiento hacia el progreso social. Este artículo considera lo que implica el progreso social y sus métricas, y proporciona estudios de caso de la industria cosmética.



The next chapter in the naturals story is a move toward social progress. This article considers what social progress and its metrics entail and provides case studies from the cosmetic industry.

É interessante como, muitas vezes, as pessoas se referem ao desenvolvimento sustentável como tendo um triplo objetivo, o chamado triple bottom line, termo criado por John Elkington,¹ na década de 1990, que se refere à maneira pela qual as planilhas calculam e medem lucro ou desempenho como um resultado positivo ou negativo. Na verdade, muitas vezes, as empresas usam ferramentas contábeis para medir desempenho em forma de lucro, ou seja, fazem um balanete contábil.

Antes de Elkington, Paul Hawken havia denunciado o custo do lucro em seu livro *The Ecology of Commerce*. Nessa obra, o autor destaca a falta de responsabilidade e comprometimento dos negócios quando se leva em consideração o tempo de vida de seus produtos e o impacto ecológico desses mesmos produtos no meio ambiente.² Em resumo, esse autor acredita que não é mais possível considerar o lucro sem levar em conta o impacto dos produtos no meio ambiente e na sociedade.

Na verdade, o meio ambiente vem ocupando papel central nos últimos 30 anos, com a evidência irrefutável da ocorrência de mudanças climáticas e de seu impacto no planeta, associadas a reduções dos recursos naturais e à falta de sustentabilidade. É impossível fazer de conta que não

existe essa interdependência. Na verdade, o meio ambiente é um dos três componentes do triplo objetivo do desenvolvimento sustentável, que considera que o resultado de um negócio ou de um produto é a soma de: fatores econômicos (lucros), equidade social (pessoas) e práticas ambientais (planeta).¹

Enquanto o lucro é algo relativamente fácil de medir e é estritamente regulado pelo retorno dos serviços e por entidades de auditoria, o meio ambiente e a faceta social são mais difíceis de mensurar e, de modo geral, não são regulamentados nem auditados. Somente muito recentemente passaram a existir empresas de certificação, consultorias e auditorias dedicadas a esse tema. Destaque-se que os setores governamentais e privados continuam desdenhando o tema e sem ceder às pressões da mídia, de blogueiros e de organizações de consumidores. A parentemente, perceberam que agora é o momento certo para fornecer um serviço e ajudar a controlar e a validar práticas das empresas que desejam assumir um rumo mais assertivo em relação ao meio ambiente e, mais recentemente, à sociedade.

De acordo com esses modelos, os consumidores decidem, com base nos tipos de certificado e de rotulagem, e comunicações sobre desenvolvimento sustentável, quais empresas estão fazendo a

coisa certa em termos de meio ambiente e de sociedade. Além disso, e muito mais recentemente, relatórios de responsabilidade social corporativa (CSRs) estão acrescentando informações a rótulos de certificação para que o consumidor tenha maior conhecimento do desempenho em desenvolvimento sustentável do setor privado. Mas será que essa informação é suficiente? Será que as empresas de cosméticos e seus departamentos de CSR dispõem dos recursos para dar conta dos três pilares do desenvolvimento sustentável? Será que estão usando as “régua” certas para medir seu desempenho em desenvolvimento sustentável?

Fazer medições sobre o meio ambiente, por exemplo, medir reduções da emissão de carbono na atmosfera, por meio da pegada de carbono e sua relação com o uso de energia limpa e/ou de química verde, ter menor consumo de água e fazer reciclagem de subprodutos, só para mencionar algumas providências, são exemplos de como a indústria vem se posicionando para reduzir o uso não sustentável de recursos e para limitar a produção de dejetos e poluição, que têm impacto direto no meio ambiente. Mas medir o desempenho social das empresas e se dão bom tratamento aos funcionários é mais complicado. A Figura 1 ilustra vários temas que surgem quando os lucros e a economia se cruzam com a sociedade. Cada um desses temas exigiria uma medição específica para que as empresas pudessem contabilizar seu impacto em seu progresso social.

Embora a Organização das Nações Unidas tenha criado práticas a serem seguidas, em termos de governança, para a preservação do meio ambiente – especificamente para a proteção da biodiversidade –, por meio, por exemplo, da Convenção sobre Diversidade Biológica e dos protocolos de Cartagena e de Nagoya, essas práticas ainda

não são regras, nem são de implementação obrigatória pelos Estados-membros.

Dessa forma, quem é que está decidindo quais devem ser o cronograma, as regras e as informações necessários para a prática da sustentabilidade? Quem está medindo os resultados? Se há alguém, por exemplo, ou alguma instituição que esteja fazendo isso, como está fazendo essa medição? Como vimos, os CSRs surgiram com uma série de objetivos em relação ao meio ambiente e à sociedade. Mas o que aconteceu com o progresso social?

Medição dos Resultados do Progresso Social

Certificadores particulares vêm usando protocolos para dar etiquetas de “impacto social” ou certificados de “fornecimento ético” a empresas de cosméticos ou a seus fornecedores que exercem impacto positivo em comunidades. Contudo, essas indicações frequentemente são limitadas a uma situação de “comércio honesto” (fair trade); às vezes, elas não levam em consideração a exploração de trabalho infantil ou o respeito aos direitos humanos. O impacto social de uma empresa e seu consequente desempenho não podem se limitar ao comércio honesto ou direitos humanos. Esse impacto social deve ter maior amplitude, trazendo a melhoria da comunidade como um todo, além de qualidade de vida para as pessoas. Evidentemente, trata-se de algo difícil de medir, pois, nas empresas, as metas são múltiplas e complicadas e os resultados são muito menos previsíveis do que apenas um resultado ambiental.

Se fosse realizada uma abordagem holística do impacto social, essa abordagem seria específica de determinada comunidade, pois cada uma tem diferentes necessidades e aspirações. Dessa forma, a medição do impacto social das empresas nas comunidades deve ser personalizada. Embora a criação de empregos e o comércio honesto sejam importantes, não são suficientes, pois a infraestrutura (habitação, escolas, hospitais, bancos etc.) também é essencial para o bem-estar e o desenvolvimento da comunidade (Tabela 1).

Como Medir Esforços no Sentido do Progresso Social

O desempenho de uma empresa em relação ao progresso social não deve ser baseado apenas na medição de resultados, mas também das ações e medidas corretivas que levaram a esses resultados. Portanto, na empresa, todo o processo que gerou seu impacto social deve ser considerado. Ao examinar as informações, é fundamental verificar quais recursos, especificamente, a empresa aplicou para dar suporte à atividade da comunidade, por qual(is) motivo(s), ou seja, por caridade, investimento, ou iniciativa; de que forma(s), como doação, empréstimo ou tempo; e por qual motivo, por exemplo, educação ou saúde.

Depois de obter essas informações, o resultado (o que aconteceu) e o impacto (o que mudou) podem ser medidos ao longo do tempo. Alguns resultados específicos que podem ser medidos em uma comunidade podem ser: o número de atividades realizadas; quantas pessoas foram atingidas; os fundos que foram levantados; ou os negócios, a infraestrutura ou os itens de segurança que foram criados. O impacto, ou seja, as alterações que ocorreram na comunidade, pode ser medido como resultado dessas atividades e devem-se separar os benefícios de curto prazo dos de longo prazo, de modo a criar uma comunidade autossustentável e com boa qualidade de vida.³

O Fator Financeiro

Com frequência, nas sociedades modernas, o financiamento formal substitui o financiamento informal e, muitas vezes, o impacto social depende – pelo menos em parte – de investimento monetário. Assim, tradicionalmente, os indicadores de desempenho social são desenvolvidos por agências que interagem e colaboram com bancos que dão suporte de microfinanciamentos, ou com o governo local, ou com organizações sem fins lucrativos. Todos esses setores agem em conjunto para agregar recursos que alavanquem um impacto social positivo.

Sobre esse tema, uma instituição de microfinanciamento (IMF) pode implantar um sistema local para suprir, da melhor forma possível, a necessidade financeira de uma comunidade e não apenas de seu próprio negócio. Para contratar esse tipo de serviço, o processo deveria começar pelo exame da intenção e do projeto da IMF, além de suas visão e missão, inclusive seus objetivos sociais. Depois de sua contratação, os sistemas de IMFs devem ser analisados, para avaliar se estão sendo realizados procedimentos que possam atingir os objetivos sociais e se estão sendo feitas as atividades necessárias para atingir essas metas.

Além disso, devem-se examinar os resultados da IMF e verificar se essa instituição está envolvida com as comunidades que tem em vista – geralmente, donas de casa de baixa renda, grupos excluídos, etc. Em caso positivo, a dimensão de cada uma dessas comunidades. Além disso, é preciso considerar a faixa de produtos financeiros da instituição, como seguro, empréstimo a pequenos negócios e financiamentos à educação,

R. Brambilla e Associados Consultoria Ltda.

Consultoria Técnica em Produtos Cosméticos e Serviços

- Inovação
- Desenvolvimento de produtos
- Controle de qualidade
- Assuntos regulatórios (Anvisa e Mercosul)

Indústria 4.0

Projetos de adequação e layouts

Telefone: +55 (11) 5594-1510

Celular: +55 (11) 99936-6677

rbrambilla@hotmail.com

brambillaconsultor@gmail.com

Figura 1. Diagrama de Venn para o desenvolvimento sustentável; o contracenar entre economia e sociedade precisa ser equitativo para poder ser sustentável

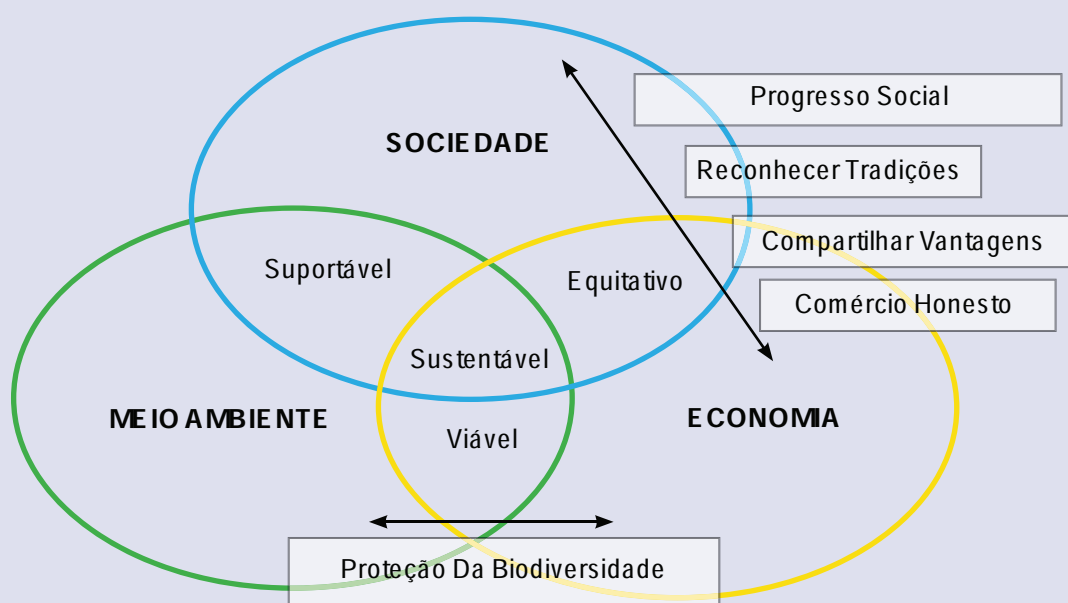


Tabela 1. Indicadores para medir o impacto social

| Áreas de ação (saídas) | Resultados |
|--|--|
| 1. Criação de empregos para os excluídos | Aumento de vagas de trabalho remunerado, em tempo integral ou parcial para pessoas socialmente excluídas |
| 2. Empoderamento, isto é, posição de cada indivíduo em sua família e nas comunidades; formação de capital social | Maior capacidade de participar de reuniões e expor sua opinião |
| | Maior cooperação entre amigos e membros do grupo |
| | Maior cooperação entre maridos e esposas |
| | Maior conhecimento de assuntos legais |
| | Melhor acesso às redes sociais |
| | Redução da migração |
| 3. Temas relacionados com a saúde | Maior participação e lideranças das mulheres |
| | Melhora das instalações sanitárias |
| | Redução de doenças |
| | Mais planos de saúde |
| 4. Educação infantil e outros temas relacionados com a infância | Melhor qualidade da água e dos alimentos |
| | Maior reconhecimento da importância do tratamento igualitário de mulheres e crianças |
| | Maior acesso das crianças à educação |
| | Menor prevalência de casamentos de pessoas muito jovens |

Adaptado da Referência 11

e sua adequação para atender às necessidades da comunidade de interesse. Finalmente, é necessário avaliar os estudos casos para saber se os clientes estão trabalhando para a melhoria de suas condições econômicas e sociais.

Com base nesses componentes, a avaliação de impacto deve definir em qual extensão essas melhorias podem ser atribuídas às atividades da IMF. A Figura 2 dá um resumo desse processo.

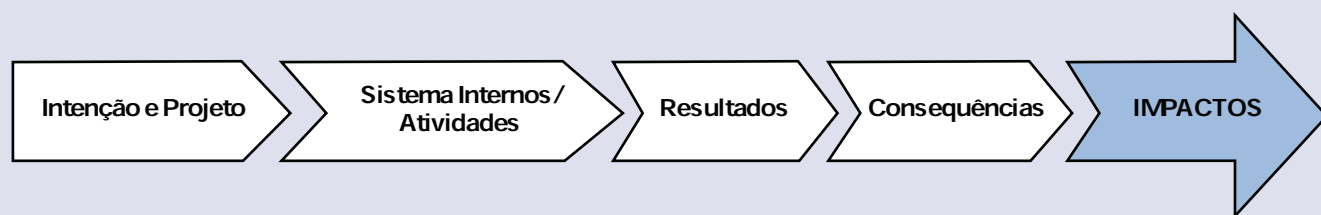
Múltiplos Recursos

ONGs e analistas que trabalham com IMFs rapidamente percebem que, para medir adequadamente o impacto social e o progresso de ajuda oferecida, há necessidade de usar uma série de ferramentas. Muitas delas já foram desenvolvidas por diferentes organizações que dão suporte às IMFs.

Recursos de ampla visão

A A ction, instituição sem fins lucrativos, e a United States Agency for International Development (USAID)^{4,5} desenvolveram ferramentas para examinar um quadro mais amplo do que os indicadores financeiros usados corriqueiramente pelos bancos. Na realidade, concentrar-se apenas em indicadores de desempenho financeiro seria ter um quadro incompleto do(s) interesse(s) da IMF, pois seus impactos sociais e os processos que levam a esses impactos não seriam levados em consideração por esses indicadores. Por exemplo, mesmo um profundo programa financeiro poderia prejudicar uma comunidade se, por exemplo, excluísse alguns grupos e assim criasse conflitos dentro das populações. Na verdade, caso se baseasse exclusivamente nos indicadores financeiros, uma IMF teria um desvio

Figura 2 Fluxograma da IMF desde a sua intenção de causar impacto até a realização desse propósito; MFIs e ONGs diferentes podem visar e medir partes diferentes do processo, com suas próprias medidas e ferramentas



de missão, pois os objetivos sociais seriam substituídos por objetivos exclusivamente financeiros, especialmente se os sistemas de incentivo contemplassem resultados financeiros e não os sociais.

Esforços iniciais

O Comitê d'Échange, de Réflexion et d'Informations sur les Systèmes d'Épargne-Crédit (Cerise)⁶ é uma organização francesa que visa os primeiros aspectos do fluxo operacional esboçado na Figura 2. Em particular, o Cerise desenvolveu ferramentas que incluem um questionário e um guia para analisar e medir a intenção e o projeto, os sistemas internos e os resultados do esforço da IMF. Essas ferramentas examinam:

- A abrangência de populações pobres e excluídas;
- A adaptação de produtos e serviços a uma comunidade-alvo;
- A melhorias no capital político-social;
- CSR.

Resultados e impacto

Para medir os resultados e o impacto do desempenho social das empresas, algumas organizações desenvolveram sistemas de notas e classificação que são usadas no começo e no final desse processo. Esse é o caso do progress out of poverty index (índice de progresso para sair da pobreza, em tradução livre, com sigla PPI) criado por meio de uma parceria entre o Consultative Group to Assist the Poor (Grupo de Consultoria para Ajudar os Pobres, em tradução livre, com a sigla CGAP), o Banco Grameen e a Fundação Ford. Esse índice pode ser usado ao longo do tempo para determinar se estão ocorrendo melhorias nos níveis econômicos da comunidade em sua caminhada para sair da pobreza.

A ideia em que o PPI se baseia é ter indicadores globalmente comparáveis, em nível de comunidade, para indicar os níveis econômicos das comunidades e demonstrar alterações em suas condições. Essa ferramenta usa um “cartão de classificação de pobreza” específico de cada país, que se baseia em uma análise estatística de despesas domésticas do país. Cada cartão apresenta um pequeno conjunto de indicadores simples e de fácil observação, para estimar a proporção de clientes que estão abaixo de uma linha de pobreza estabelecida. A IMF visita os lares para a obtenção de notas para cada questão. Os escores são então comparados com uma tabela de “probabilidade de pobreza”, previamente construída para determinar a porcentagem de lares que permanecem abaixo da linha de pobreza.^{7,8}

Outra forma de medir os resultados e o impacto do desempenho social de uma empresa foi desenvolvido pelo Nirdhan Utthan Bank Ltd. (NUBL), em Katmandu, no Nepal.⁹ O sistema do NUBL é um indicador de pobreza do lar e dá uma nota e a consequente classificação nas seguintes categorias:

- Educação;
- Posse de terra;
- Habitação;
- Padrões de vida;
- Suficiência alimentar.

Bem-estar

A IMF sem fins lucrativos conhecida como FINCA representa um consórcio de instituições de microfinanciamento que desenvolveu sua própria ferramenta de avaliação, a FINCA ferramenta de avaliação de clientes (FCAT). Essa ferramenta consiste em uma pesquisa de domicílios que mede os indicadores básicos do bem-estar de uma família, como situação educacional, consumo diário, qualidade da saúde e condições da habitação, além de avaliar os serviços básicos como água, eletricidade e internet. Para criar a FCAT, a FINCA tomou como modelo o Living Standards Measurement Study (Pesquisa para Medição dos Padrões de Vida, em tradução livre, com sigla LSMS), amplamente utilizada pelo Banco Mundial e por agências de estatísticas nacionais. A LSMS é considerada a ferramenta mais abrangente para avaliar as condições socioeconômicas de uma população.

Da mesma forma que o LSMS, a FCAT é adaptada aos hábitos de consumo e às condições gerais de vida características de cada comunidade. No entanto, a FCAT é adaptada especificamente à medição do bem-estar das pessoas pobres. A FINCA cruza referências dos dados do LSMS em relação às linhas de pobreza nacionais, possibilitando a identificação dos atributos com maior relacionamento estatístico com a pobreza, especialmente em termos de alimentação.¹⁰

Embora possam existir outros recursos para medir o desempenho e o progresso social, os exemplos citados neste trabalho sugerem que a indústria de cosméticos pode precisar estudar e adaptar algumas ferramentas, medições e métodos utilizados pelas MFIs ou, pelo menos, trabalhar com MFIs para conseguir avaliar o que deve ser feito para cada comunidade.

Tabela 2 Indicadores para medir o impacto econômico

Resultados

1. Maior renda
2. Mais economia
3. Melhor acesso a alimentos
4. Acesso mais fácil ao crédito
5. Maior autoconfiança em termos de transações financeiras
6. Maior participação feminina em atividades que geram renda

Os parâmetros mais frequentemente utilizados para medir o impacto socioeconômico e aqueles que se relacionam com o progresso social encontram-se resumidos nas Tabelas 1 e 2.

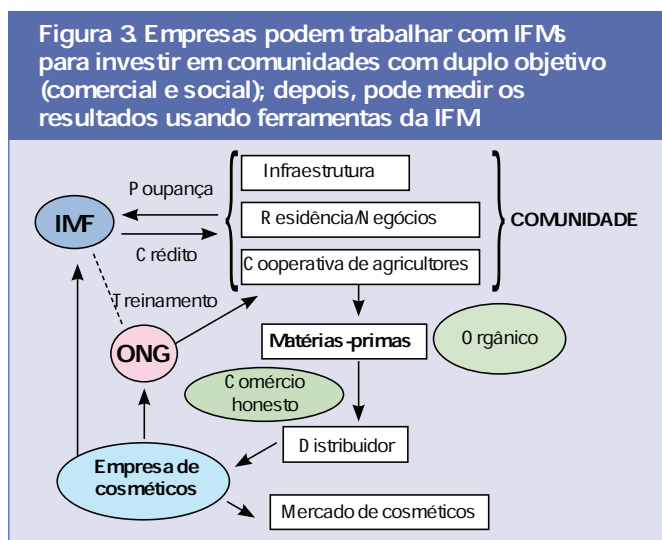
Estudos de Caso da Indústria de Cosméticos

Historicamente, a cadeia de suprimento de ingredientes naturais exóticos tem sido desenvolvida na África e na América do Sul. Nesses dois continentes, muitos fabricantes de cosméticos e fabricantes e fornecedores de ingredientes têm trabalhado em conjunto com organizações não governamentais (ONGs), subsidiadas pelos governos locais e por agências estrangeiras, para ajudar as comunidades de pequenos agricultores a implementar práticas de desenvolvimento sustentável visando criar uma escala de produção de ingredientes para o mercado de cosméticos.

Um exemplo recente dessa parceria está ocorrendo em relação a práticas sustentáveis de produção de quinoa na Bolívia. No país, uma grande empresa de cosméticos trabalhou juntamente com ONGs para assegurar a realização de práticas sustentáveis no fornecimento de ingredientes. Nesse caso, as ONGs trabalharam com as comunidades para ajudar a dar sustentação à produção local e, ao mesmo tempo, ministravam educação e treinamento aos seus habitantes.¹²

Outro exemplo é a coleta do óleo de marula selvagem, na Namíbia, onde instituições de microfinanciamento e fornecedores de ingredientes deram suporte aos pequenos agricultores para que estes passassem a operar, por meio de métodos sustentáveis, no fornecimento desse ingrediente para a indústria de cosméticos. Nesse caso, a organização de comércio Phytotrade Africa, banco que liberou microempréstimos às comunidades, o FIDES Bank Namibia e ONGs com o suporte da Cooperação Alemã para o Desenvolvimento (GTZ), juntamente com a empresa The Body Shop, criaram uma infraestrutura para desenvolver, em múltiplas etapas, um negócio que é sustentável e, mesmo tempo, empodera as mulheres da comunidade.^{13,14}

Esse último exemplo ilustra especialmente como, para exercer organicamente impacto social com obtenção de resultado concreto para uma comunidade, a indústria de cosméticos pode participar de uma rede mais complexa de apoiadores e adotar as ferramentas utilizadas por essa rede. A boa notícia é que a indústria já está se movimentando nessa direção, pois já vem abordando as necessidades sociais das comunidades, visando o crescimento sustentável (Figura 3).



Destaques Finais

Não existirá amplo desenvolvimento sustentável enquanto seus três pilares, ou seja, fatores econômicos (lucros), equidade social (pessoas) e boas práticas ambientais (planeta) não forem levados em consideração pela indústria. O pilar social tem sido o grande desafio a ser vencido e para causar impacto, uma vez que a indústria de cosméticos não está equipada com as devidas ferramentas de medição.

Contudo, é possível que, por meio da colaboração de instituições financeiras, como as IFMs - que já estão operando há algum tempo com pequenos agricultores (basta olhar para a indústria alimentícia), além de colaborar pequenos empresários e ONGs locais -, a indústria de cosméticos pode tornar-se um dos apoiadores e, no longo prazo, vir a comandar mudanças e progressos na área social. Nós só precisamos pensar "fora da caixa".

Referências

- Porter M. Social Progress Imperative. Disponível em: <https://www.isc.hbs.edu/aboutmichael-porter/affiliated-organizations-institutions/Pages/social-progress-imperative.aspx>. Acesso em: 29/5/2019
- Hawken P. The Ecology of Commerce: A Declaration of Sustainability. New York: Harper Business, 1993
- Social Performance Working Group. Social Performance Glossary. The SEEP Network, Washington, 2006. Disponível em: https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-en-papers-social-performance-glossary-oct-2006_0.pdf. Acesso em: 29/5/2019
- Accion International (2007, Nov; accessed 2019, May 29). Insight Number 24: Guidelines to Evaluate Social Performance. Boston: Accion. Disponível em: <https://centerforfinancialinclusionblog.files.wordpress.com/2011/10/guidelines-to-evaluate-social-performance.pdf>. Acesso em: 29/5/2019
- USAID. Proposal for a Social Performance Measurement Framework in Microfinance: The Six Aspects of Outreach. USAID: Washington, 2005. Disponível em: https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADE202.pdf. Acesso em: 29/5/2019
- Comité d'Échange, de Réflexion et d'Information sur les Systèmes d'Épargne-Crédit (Crise). Disponível em: http://www.socioeco.org/bdf_organisme-20_en.html. Acesso em: 29/5/2019
- Allen PB. Measuring poverty using the Progress Out of Poverty Index. Tools4dev, Disponível em: <http://www.tools4dev.org/resources/progress-out-of-poverty-index-tool-review/>. Acesso em: 29/5/2019
- Innovations for Poverty Action. Poverty Probability Index. Disponível em: www.progressoutofpoverty.org. Acesso em: 29/5/2019
- Kerer J. NUBL's client data management system (CDMS), in How to Measure Social Performance? The Challenge of the Double Bottom Line in Nepal. Eschborn, Germany, 2008: antes denominada Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH; atualmente Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). Disponível em: <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-en-paper-how-to-measure-social-performance-the-challenge-of-the-double-bottom-line-in-nepal-jan-2008.pdf>, p 12. Acesso em: 29/5/2019
- Finca International. Survey Methodology. Disponível em: <https://results.finca.org/approach-social-performance/methodology/>. Acesso em: 29/5/2019
- Ibid Ref 9, p 4
- L'Oréal. L'Oréal Launches a Sustainable Quinoa Husk Sourcing Program, 2015. Disponível em: <http://www.loreal.com/media/press-releases/2015/oct/loreal-launches-a-sustainable-quinoa-husk-sourcing-programme>. Acesso em: 29/5/2019
- Dell'Aquila G. Microeconomy in rural Namibia, in Social Science Research Network, 2009. On-line. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1519082. Acesso em: 29/5/2019
- United Nations Environment Programme (UNEP). Green Economy Sectoral Study: BioTrade—A Catalyst for Transitioning to a Green Economy in Namibia, 2012. Disponível em: <http://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/25957>. Acesso em: 29/5/2019

Publicado originalmente em inglês,
Cosmetics & Toiletries 134(7):28-40, 2019