

Marketing Ambiental

Quando cuidar do meio-ambiente é um bom negócio.

Silvia Zampar
Blog: www.tudibao.com.br
E-mail: silvia@tudibao.com.br

Junho/2009

O que temos visto e ouvido falar das empresas ou associado a elas?

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 2



Silvia Zampar www.tudibao.com.br 3



Silvia Zampar 4



Silvia Zampar



Silvia Zampar www.tudibao.com.br 6



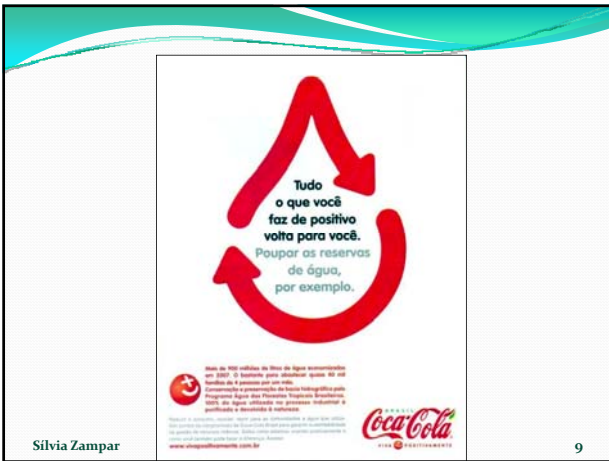
Silvia Zampar

www.tudibao.com.br

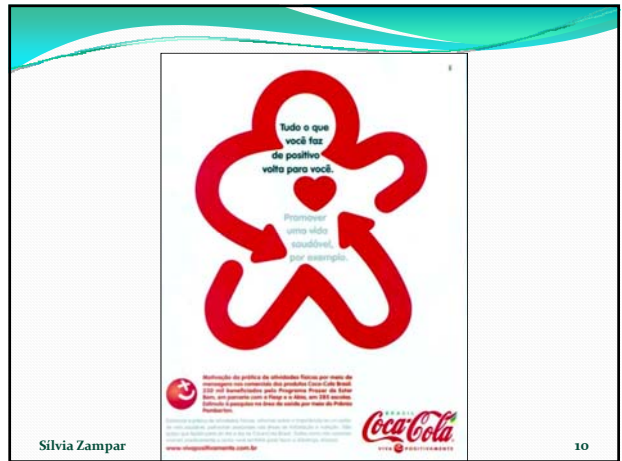


Silvia Zampar

www.tudibao.com.br



Silvia Zampar



Silvia Zampar

www.tudibao.com.br



Silvia Zampar



Silvia Zampar

www.tudibao.com.br

O mundo pode esperar mais do que grandes produtos da Unilever.

Unilever. Indivíduo como uma das marcas mais reconhecidas em todo o mundo. Um compromisso com a sustentabilidade.

Unilever

DMO SEQA Afta LUX Pilsner Heineken Durville Zigar PIXCE

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 13

Chegou a Hora de parar.

YES MTV... NO DROGAS

A MTV oferece um drugo pelo nome de morte.

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 14

SABEMOS QUE COM A NATUREZA TODO CUIDADO É POUCO

Bradesco Mpleto

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 15

Nos ajudamos a criar uma fundação na Amazônia. Para que a floresta valha mais de pé que derrubada.

Bradesco mpleto

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 16

COMA ESTE ANÚNCIO.

FOMOS MÚO FOMOS NO ASSUNTO SUSTENTABILIDADE, QUE ESTE ANÚNCIO FOI FEITO EM PAPEL COBERTO. A sustentabilidade é o futuro.

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 17

COM O AQUECIMENTO GLOбал, OS POLOS SÃO DERRETEOS COMO A GELADIA.

DOCOL

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 18

O reflexo das nossas ações é o futuro das novas gerações.
Desenvolvimento Sustentável. Crescer com Consciência.

Preservar o meio ambiente, incluindo nos aspectos físicos, químicos e biológicos, é o primeiro passo para o desenvolvimento sustentável. É o primeiro passo para o futuro das novas gerações.

Silvia Zampar

19

O amanhã é reflexo do que hoje semeamos com nossa política de meio ambiente.

Cuidar pensando nas próximas gerações, compartilhando com o meio ambiente e estimulando o espírito de cooperação é o primeiro passo para o desenvolvimento sustentável. É o primeiro passo para o futuro das novas gerações.

Silvia Zampar

20

...para o futuro que desejamos, mesmo que o futuro é o presente.

A Cesa está investindo cada vez mais em sustentabilidade. Tanto que, hoje, Vitória tem o primeiro canal de água a ser 100% de energia renovável, gerando mais saúde e qualidade de vida para os pessoas, e ampliando nossas oportunidades de futuro com o valor que sempre nos proporcionou.

5 de junho, Dia Mundial do Meio Ambiente.

CESAN

21

Depois de tanto aumento de produção, a CBA gostaria de comemorar uma diminuição: a da temperatura do planeta.

Uma homenagem da CBA ao Dia Mundial do Meio Ambiente.

CBA, investindo em gestão ambiental para tornar nosso mundo mais natural.

A CBA se preocupa com o meio ambiente e o desenvolvimento sustentável. Isso acontece através de ações como: preservar o meio ambiente e o desenvolvimento sustentável. Compartilhe com as próximas gerações e com o mundo que nos rodeia. Faça mais bem do que mal. Antes de tempo de salvar o mundo.

Silvia Zampar

22

É a natureza respondendo a quem agrediu o meio ambiente.

Por um amanhã melhor e mais digno, preserve o verde. 27 de Maio, Dia da Mata Atlântica.

O ESTADO

Silvia Zampar

www.tudibao.com.br

23

CUIDANDO DA MATUREZA A GENTE CUIDA DA SUA VIDA.

MORE CARE. BUILT IN.

Vale Construction Equipment

Silvia Zampar

24

DEIXE SEU CHEVROLET EM HARMONIA COM A NATUREZA.

Assim se faz uma Chevrolet.

Agende o seu Check-up Ecológico Grátis na concessionária de sua preferência para sua Chevrolet em 2010.

www.tudibao.com.br

Silvia Zampar 25

SE TUDO CONTINUAR COMO ESTÁ, EM 20 ANOS FALTARÁ ÁGUA PARA 60% DO PLANETA.*

CONSIDERANDO O DESPERDÍCIO DOMÉSTICO DE ÁGUA, VOUZ VELA FAZENDO SUA PARTE PARA EVITAR QUE A VIDA ESCASSE DE FORMA IRREVERSÍVEL.

www.tudibao.com.br

Silvia Zampar 26

ESCOLHA A CURETE TAMBÉM COMO A SAÚDE DO PLANETA.

Escolha de Tratamento de Efluentes
Culata Selenita de Lixo
Gerenciamento de Resíduos

Unimed O meio ambiente merece seus cuidados.

Unimed | São Carlos |

www.tudibao.com.br

Silvia Zampar 27

O PLANETA PRECISA DE OUTRA FÓRMULA.

O crescimento econômico, combinado com a alta demanda por transporte e energia, além da distribuição das florestas e a expansão das atividades e a produção das florestas, agem para que os níveis de emissão aumentem de nível de CO2 e outros gases, tanto a natureza, de maneira. São as mudanças necessárias em padrões de produção e consumo atuais, sem comprometer o desenvolvimento sustentável, com a implementação das tecnologias limpas, por exemplo, nos processos e para o controle da distribuição das florestas, os impactos sociais e são, a sustentabilidade e economia são essenciais. CO2 e São Carlos de São Carlos.

Unimed | São Carlos |

Silvia Zampar 28

Adidas Grün
Reciclando com Estilo

www.tudibao.com.br

Silvia Zampar 29

Caderno de Boas Práticas de Responsabilidade Social Corporativa

2007

Votorantim

Silvia Zampar 30

Índice

- 4 Apresentação
- 6 Política Interna
- 14 Implementação do Conselho de Administração de Regulação
- 7 - 10 Índice de Impacto
- 11 Índice de Sustentabilidade
- 12 Índice de Sustentabilidade
- 13 Índice de Sustentabilidade
- 14 Índice de Sustentabilidade
- 15 Índice de Sustentabilidade
- 16 Índice de Sustentabilidade
- 17 Índice de Sustentabilidade
- 18 Índice de Sustentabilidade
- 19 Índice de Sustentabilidade
- 20 Índice de Sustentabilidade
- 21 Índice de Sustentabilidade
- 22 Índice de Sustentabilidade
- 23 Índice de Sustentabilidade
- 24 Índice de Sustentabilidade
- 25 Índice de Sustentabilidade
- 26 Índice de Sustentabilidade
- 27 Índice de Sustentabilidade
- 28 Índice de Sustentabilidade
- 29 Índice de Sustentabilidade
- 30 Índice de Sustentabilidade
- 31 Índice de Sustentabilidade
- 32 Índice de Sustentabilidade
- 33 Índice de Sustentabilidade
- 34 Índice de Sustentabilidade
- 35 Índice de Sustentabilidade
- 36 Índice de Sustentabilidade
- 37 Índice de Sustentabilidade
- 38 Índice de Sustentabilidade
- 39 Índice de Sustentabilidade
- 40 Índice de Sustentabilidade
- 41 Índice de Sustentabilidade
- 42 Índice de Sustentabilidade
- 43 Índice de Sustentabilidade
- 44 Índice de Sustentabilidade
- 45 Índice de Sustentabilidade
- 46 Índice de Sustentabilidade
- 47 Índice de Sustentabilidade
- 48 Índice de Sustentabilidade
- 49 Índice de Sustentabilidade
- 50 Índice de Sustentabilidade
- 51 Índice de Sustentabilidade
- 52 Índice de Sustentabilidade
- 53 Índice de Sustentabilidade
- 54 Índice de Sustentabilidade
- 55 Índice de Sustentabilidade
- 56 Índice de Sustentabilidade
- 57 Índice de Sustentabilidade
- 58 Índice de Sustentabilidade
- 59 Índice de Sustentabilidade
- 60 Índice de Sustentabilidade
- 61 Índice de Sustentabilidade
- 62 Índice de Sustentabilidade
- 63 Índice de Sustentabilidade
- 64 Índice de Sustentabilidade
- 65 Índice de Sustentabilidade
- 66 Índice de Sustentabilidade
- 67 Índice de Sustentabilidade
- 68 Índice de Sustentabilidade
- 69 Índice de Sustentabilidade
- 70 Índice de Sustentabilidade
- 71 Índice de Sustentabilidade
- 72 Índice de Sustentabilidade
- 73 Índice de Sustentabilidade
- 74 Índice de Sustentabilidade
- 75 Índice de Sustentabilidade
- 76 Índice de Sustentabilidade
- 77 Índice de Sustentabilidade
- 78 Índice de Sustentabilidade
- 79 Índice de Sustentabilidade
- 80 Índice de Sustentabilidade
- 81 Índice de Sustentabilidade
- 82 Índice de Sustentabilidade
- 83 Índice de Sustentabilidade
- 84 Índice de Sustentabilidade
- 85 Índice de Sustentabilidade
- 86 Índice de Sustentabilidade
- 87 Índice de Sustentabilidade
- 88 Índice de Sustentabilidade
- 89 Índice de Sustentabilidade
- 90 Índice de Sustentabilidade
- 91 Índice de Sustentabilidade
- 92 Índice de Sustentabilidade
- 93 Índice de Sustentabilidade
- 94 Índice de Sustentabilidade
- 95 Índice de Sustentabilidade
- 96 Índice de Sustentabilidade
- 97 Índice de Sustentabilidade
- 98 Índice de Sustentabilidade
- 99 Índice de Sustentabilidade
- 100 Índice de Sustentabilidade

Silvia Zampar 31

azaleia

HOME EMPRESA NOSSAS MARCAS RESPONSABILIDADE SOCIAL RELAÇÃO COM INVESTIDORES SERVIÇOS FALE CONOSCO

BALANÇO SOCIAL

- BALANÇO SOCIAL 2004
- BALANÇO SOCIAL 2005
- RESPONSABILIDADE SOCIAL
- RELAÇÃO COM MEIO AMBIENTE
- RELAÇÃO COM FORNECEDORES
- RELAÇÃO COM COMUNIDADE
- RELAÇÃO COM CLIENTES E CONSUMIDORES
- BALANÇO SOCIAL 2006
- BALANÇO SOCIAL 2007
- BALANÇO SOCIAL 2008

PORTAL AZALEIA AZALEIA DIARIAN RUMBY OLIMPÍAS AZ ORIANA PORTAL SOCIAL MAPA DO SITE

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 32

PERDIGO

O FUTURO TEM PERDIGO

Cotaches

INSTITUTO DE SUSTENTABILIDADE PERDIGO

O Instituto Perdigo de Sustentabilidade foi criado para integrar e fortalecer as inúmeras iniciativas já em andamento implementadas pela Perdigo em longo de sua história. Seu objetivo maior é garantir o crescimento sustentável das regiões da companhia a partir de projetos que contribuam para o desenvolvimento e qualidade de vida das comunidades em que atua e busque a excelência em campos ambientais.

Para tanto, o Instituto mantém parcerias e ações pontuais dando continuidade a ações já em andamento e buscando desenvolver novos projetos ambientais, sociais, educacionais, culturais e esportivos, entre outros.

PROJETOS

- Programa de Florestas Renováveis

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 33

PROJETOS

Programa de Florestas Renováveis

Outra prioridade do Instituto Perdigo de Sustentabilidade é o Programa de Florestas Renováveis, que são utilizadas como fonte de energia.

Programa Perdigo de Energia Solar

Uma das prioridades do Instituto Perdigo de Sustentabilidade é o Programa Perdigo de Energia Solar, que visa reduzir o consumo de energia.

Programa de Reciclagem de Água

A reciclagem de água utilizada está entre as principais ações do Instituto Perdigo de Sustentabilidade, que visa reduzir o consumo de água.

Programa de Racionalização e Conservação de Energia

Reduzir o desperdício de energia elétrica é uma das prioridades do Programa de Racionalização e Conservação de Energia do Instituto Perdigo de Sustentabilidade.

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 34

STIHL

Sala de Imprensa Mapa do Site Download

Responsabilidade Sócio ambiental

A STIHL aposta na inovação não apenas para facilitar o trabalho, mas também para transformar o mundo. Por isso, quando o assunto é responsabilidade social, a empresa não poupa esforços para incentivar projetos sociais e ações de cidadania.

Este assunto é levado tão a sério que toda a verba destinada é avaliada por um Comitê de Responsabilidade Social composto por funcionários voluntários. As contribuições se dão através de doação de produtos, prestação de serviços voluntários, aplicação de recursos em atividades de preservação do meio ambiente e patrocínio de projetos sociais. A prioridade da empresa são instituições em comunidades de São Leopoldo e cidades vizinhas da Região do Vale dos Sinos, onde se localiza a sede da STIHL no Brasil.

Responsabilidade ambiental

Crescer de forma sustentável, respeitando o meio ambiente faz parte do Missão da STIHL. A empresa apoia diversos projetos na área de pesquisa e preservação ambiental, como o Projeto Rio Grande do Sul, e projetos de manejo sustentável de florestas nativas, desenvolvidos pela ONG Fundação Floresta Tropical - FFT, no Pará.

Consciência Ambiental

- Como utilizar os produtos STIHL sem prejudicar o meio ambiente
- Política Empresarial
- Responsabilidade Social
- Sistema de Gestão de Saúde, Segurança e Meio Ambiente - SSM

Silvia Zampar 35

Pergunta:

E porque uma empresa não se preocupa simplesmente em divulgar os produtos que vende?

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 36

Resposta:

Porque atualmente não se pode simplesmente pensar em vender.
É necessário formar uma **imagem** da empresa!

Imagem Corporativa

O processo de formação de uma imagem é sempre complexo, pois é o resultado da imagem que **cada indivíduo** forma em sua mente a partir **atributos** representativos para ele.

Estes atributos, são, em sua maioria, provenientes de **três fontes de informação**:

- os meios de comunicação de massa;
- as relações interpessoais; e
- a experiência pessoal.

Como é formada a imagem...

A imagem corporativa é constituída por retalhos **do que a empresa é, o que faz e o que diz**.

Uma analogia simples para entender isso é imaginar que a imagem corporativa é como uma tela em branco que as pessoas possuem em suas mentes em relação a uma empresa que ainda não conhecem. A imagem é o preenchimento dessa tela, como se fosse um quebra-cabeças. As pessoas vão construindo a imagem com peças que a própria empresa fornece.

Os diversos públicos da empresa:



Tempos modernos

Hoje em dia as empresas enfrentam:

- Imposição das leis;
- Pressão da sociedade; e
- Grande concorrência = mínimos detalhes fazem a diferença para vender ou não.

Marketing – O que é, afinal?

É uma setor (ou departamento) que cuida de **planejar e administrar** tudo que envolve os negócios, as vendas e o produto com o intuito de gerar lucratividade ao negócio.

É um planejamento **no todo** que envolve: números, pessoas, produtos, matéria-prima, preço, vendas, propaganda, clientes, produção, imagem da empresa etc.

E Marketing Ambiental?

É o gerenciamento (adoção, implementação, monitoramento) de políticas ambientais que envolvem a empresa e todo o processo produtivo, da matéria-prima à sua disposição / venda.

É necessário uma compreensão gerencial ampla, e envolve **todas as áreas** de uma empresa: recursos humanos, tecnologia, produção, compras, vendas, comunicação, etc.

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

43

Marketing Ambiental

Também conhecido como:

- Marketing verde;
- Ecomarketing;
- Marketing ecológico; ou
- Marketing ecologicamente correto.

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

44

Ação do Marketing Ambiental

O Marketing Ambiental não se limita à promoção de produtos que tenham alguns atributos verdes (como embalagens recicláveis, produto que não destrói a camada de ozônio, não poluente, etc.).

Envolve administrar uma cadeia de fatores que envolvem várias etapas, desde a fabricação, relação com fornecedores, clientes, empregados, mídia e comunidade.

É preciso criar uma nova cultura empresarial.

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

45

O Marketing Ambiental na empresa

Adotar um programa de Marketing Ambiental em uma empresa significa transformá-la em uma empresa **ambientalmente responsável**, o que é bom para a empresa e para todos (envolvidos diretamente ou não).

Divulgar isso aos diversos públicos deveria ser consequência, pois as atitudes têm que ser reais.

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

46

Vantagens para a empresa:

- Funcionários e acionistas sentem-se melhor, o que pode resultar em aumento de produtividade e lucros ou, no mínimo, a empresa poderá optar pelos melhores profissionais e parceiros;
- Redução de custos: evitando-se desperdícios provenientes de processos produtivos ineficientes ou com a eliminação de custos desnecessários que são identificados;

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

47

Vantagens para a empresa:

- Obtenção de Recursos: bancos e empresas de crédito oferecem linhas específicas para projetos ligados ao meio ambiente, com melhores condições, além da empresa ser melhor vista por esse público;
- Pressão governamental: as leis estão ficando cada vez mais rígidas, nada melhor do que antever as proibições. Além disso pode-se beneficiar em licitações que peçam produtos que não afetem o meio ambiente;

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

48

Vantagens para a empresa:

- Pressão das entidades ambientais / ONGs: estas têm cada vez mais espaço nas mídias que vêm utilizando para divulgar as empresas ambientalmente irresponsáveis (e para tirar essa imagem depois é muito difícil); e
- Clientes / Comunidade: as pessoas em geral, por força da mídias, estão cada vez mais preocupadas em se associar e apoiar empresas e produtos responsáveis (**mesmo quando a informação não procede**).

Silvia Zampar

www.tudibao.com.br

49



Silvia Zampar

www.tudibao.com.br

50



Silvia Zampar

www.tudibao.com.br

51

Selo verde / Eco-selos

Muitos países já introduziram esses selos que garantem que os produtos foram produzidos dentro de padrões severos e restritos de “qualidade ecológica” aprovados em nível nacional.

Para consegui-los a empresa submete-se a constantes supervisões e auditorias.

Para os consumidores o selo é uma referência importante no momento da escolha e decisão de compra.

Silvia Zampar

www.tudibao.com.br

52

ISO 14000

É um conjunto de 28 normas relacionadas a Sistemas de Gestão Ambiental, que abrangem:

- Sistema de Gestão Ambiental;
- Auditorias Ambientais;
- Avaliação de Desempenho Ambiental;
- Rotulagem Ambiental;
- Aspectos Ambientais nas Normas de Produtos; e
- Análise do Ciclo de Vida do Produto.

Silvia Zampar

www.tudibao.com.br

53

ISO 14000

Para se obter esta ISO é necessário avaliar todos os estágios da produção, de forma a identificar os efeitos sobre o meio ambiente dos componentes e processos.

Vai desde a extração de matérias-primas, incluindo o consumo de energia para fabricação, até a disposição adequada e reciclagem

Silvia Zampar

www.tudibao.com.br

54

Começando a fazer...

Para traçar uma estratégia de marketing ambiental em uma empresa é preciso começar pelos modos de produção:

- Quais materiais podem ser reciclados?
- O que pode ser feito para garantir mais durabilidade e longevidade aos produtos?
- Que tipos de poluentes podem ser eliminados ou substituídos?

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

55

Começando a fazer...

O grande desafio é conjugar melhoria contínua de qualidade ambiental das instituições com melhores resultados econômicos, em termos de eficiência produtiva.

Deve-se considerar:

- Economia de recursos naturais e energéticos;
- Reaproveitamento de resíduos e reciclagem;
- Comercialização de resíduos ou seu tratamento antes do lançamento à natureza; etc.

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

56

Conscientização Interna:

É necessário desenvolver internamente, em todos os níveis, campanhas de conscientização de que:

- O descuido com os problemas ambientais pode comprometer o conceito da empresa; e
- Os recursos naturais são patrimônio da comunidade e que a responsabilidade em preservar o meio ambiente é de **todos** aqueles que trabalham na empresa e não apenas da diretoria.

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

57

Se você está se perguntando:

E o que eu tenho a ver com isso?

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

58

Você está contratado!

Quem já está investindo numa carreira ligada ao meio ambiente está com o futuro garantido.

Basta querer, se dedicar, insistir e persistir.

Toda empresa precisa de profissionais **qualificados** que as ajude a desenvolver um bom programa de Marketing Ambiental.

As empresas precisam de pessoas com uma visão ampla e atualizada das necessidades e técnicas que podem ser utilizadas em seu processo.

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

59

Profissional Marketing x Ambiental

O profissional de marketing aprende a administrar todos os aspectos da cadeia produtiva, visando o lucro da empresa. É um profissional treinado para desenvolver estratégias em todos os parâmetros da empresa.

Ou seja, ele tem **amplitude**.

O profissional da área de meio ambiente sabe porque fazer, quando fazer, o que fazer, como fazer, onde fazer...

Ou seja, ele tem **foco**.

Sílvia Zampar

www.tudibao.com.br

60

Nada de “conversa fiada”

Não adianta mais fazer ações “de fachada”.
As pessoas estão cada vez mais conscientes e os órgãos ambientais e governamentais estão cada vez mais em cima das empresas.
É preciso agir com ética, consciência, respeito pelo meio ambiente e pelas pessoas.
Em breve o mercado não aceitará mais produtos e empresas que não estejam adaptadas ecologicamente

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 61

Before After

“体验臭氧空洞”易拉罐
打开易拉罐的那一瞬间，你会体验到地球两极上空的臭氧空洞从无到有，从小到大的过程。以此传达南极上空的臭氧空洞正在以每年惊人的速度被破坏，提醒我们树立环境保护的意识。

“An experience of the ozone hollow” — THE CAN
As soon as you open the can, you'll have the experience the form of ozone which grows out of nothing, and ever bigger. It reminds us that we should build up the idea of environment protection for the ozone hollow above the South Pole is destroyed every year in a amazing rate.

Copy : Ozoneosphere iraration in South Pole has become 2950 square kilometer

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 62

Ouvos? enchê o nosso saco, ou a chuva enchê o seu.

Evite enchentes.
Não jogue lixo nas ruas.

Av. Santa Anna, 6123
Fone: 11-3333-4700

unidas

Saquinho de lixo para automóveis.

Funcionários dos lava-rápidos colocam as nossas folhas de veículos semiovos colocam nos automóveis dos seus clientes após terminarem a lavagem.

Silvia Zampar www.tudibao.com.br 63

Global Warming. What's all the fuss about?

Global Warming. What's all the fuss about?

Global Warming. What's all the fuss about?

Silvia Zampar 64

Silvia Zampar

Antarctica - Go before it's too late

KILROY
travels

www.tudibao.com.br 66