

## 10º marketing best sustentabilidade

## Cases retratam ações sociais e ecológicas

## OS VENCEDORES

EMPRESA	CASE
AACD	AACD 60 anos
AKZONOBEL	Tudo de cor para você - a missão da Akzonobel colocada em prática
ASSOCIAÇÃO VIVA E DEIXE VIVER	Fóruns de humanização da saúde em ação
BRDESCO CAPITALIZAÇÃO	Ação social da Bradesco Capitalização apoia humanização no tratamento do câncer no IBCC
COLISEU EVENTOS	Fica - Festival de Inverno da Cantareira
ESPM	As consultorias voluntárias de marketing para ONGs
FUNDAÇÃO ALPHAVILLE	Ces Alphaville: educação para a sustentabilidade integral
HOSPITAL SANTA PAULA	Bosque sustentável do Santa Paula
HOSPITAL SANTA PAULA	Embalagem sustentável
INTERMÉDICA	Programa boa ideias para todo mundo - consumo consciente
KASINSKI	Kasinski revolucionária motocicleta movida a energia elétrica
GÁS BUTANO DISTRIBUIDORA	Caminhos da arte
NEXTEL TELECOMUNICAÇÕES	Marketing social e suas conexões com a juventude
PEPSICO	Gincana Vida Sustentável
SOBLOCO	Programa clorofila de educação ambiental
THYSSENKRUPP	Fazer para acontecer
VALE	Pas Vale - Plano de ação em sustentabilidade
CIDADÃO SUSTENTABILIDADE	Fabio Barbosa Santander

A décima edição do prêmio Marketing Best Sustentabilidade, realizado pela Editora Referência e pela Madia Marketing School, traz um número recorde de cases premiados. São 17, de 16 diferentes corporações - o Hospital Santa Paula, com "Bosque sustentável" e "Embalagem sustentável" foi condecorado duas vezes. Os outros vencedores foram AACD, AkzoNobel, Associação Viva e Deixe Viver, Bradesco Capitalização, Coliseu Eventos, ESPM, Fundação Alphaville, Intermédica, Kasinski, Gás Butano Distribuidora, Nextel Telecomunicações, Pepsico, Sobloco, ThyssenKrupp e Vale.

Este ano a premiação traz também uma novidade - a criação do prêmio "Cidadão Sustentabilidade". O vencedor foi Fábio Barbosa, ex-presidente do banco Santander e atual presidente do Conselho de Administração da instituição. Barbosa foi responsável por disseminar uma série de ações sociais e ecológicas relevantes desde quando assumiu o comando do banco Real, no final da década de 90. Prática que foi incorporada pelo Santander após a fusão das duas instituições, conduzida pelo executivo.

A entrega dos prêmios do 10º Marketing Best Sustentabilidade ocorre no próximo dia 16 de agosto, às 19h, na ESPM, em São Paulo.

## Nextel pensa no futuro



Instituto Nextel: 1,2 mil jovens beneficiados

Com atuação em São Paulo, Campinas, Salvador e Rio de Janeiro, o Instituto Nextel desenvolveu o Programa Conexão Direta com o Futuro, que investe na formação de jovens em situação de risco, e que estejam cursando ou sejam egressos do ensino médio. O curso oferece aulas de cidadania, português, mate-

mática, inclusão digital, técnicas de atendimento, inglês e cultura, além de convivência de duas semanas na Nextel e acesso a oportunidades de trabalho. Desde o começo das atividades do Instituto, em 2007, mais de 1,2 mil jovens foram beneficiados pelos cursos, sendo que cerca de 70% desses alunos foram inseridos no mercado de trabalho. Anualmente, a Nextel investe R\$ 4 milhões nos institutos, por onde passam aproximadamente 720 jovens por ano.

## Crianças verdes na Sobloco Construtora



Projeto Clorofila envolveu escolas em Bertogi

Em 1992, a Sobloco Construtora lançou o projeto Clorofila de Educação Ambiental, programa que envolve alunos, pais e educadores de escolas do Município de Bertogi, litoral paulista, para mostrar que eles são corresponsáveis pela preservação dos bens naturais, pela justiça social e por relações mais harmônicas na sociedade.

Com o slogan "Preservando meu ambiente", a ação propõe a

adoção de hábitos e atitudes de conservação ambiental. Ações como a reforma do jardim das escolas, plantio de árvores, desenvolvimento de hortas e canteiros com ervas medicinais integram o projeto da construtora. Há ainda a atividades nas salas de aula, nas quais as crianças aprendem o valor nutritivo dos alimentos e função dos microorganismos na decomposição de materiais orgânicos, entre outros assuntos. Passados 19 anos desde a fundação, o programa já impactou cerca de 12 mil estudantes e foi implantado em 19 escolas. A partir dele surgiram novas atuações, como o Projeto Agenda 21 na Escola e o Prêmio Atitude Ambiental.

## Coral revitaliza paisagens



Projeto chegou a cidades como a histórica Ouro Preto, em Minas Gerais

A AkzoNobel, dona da marca Coral, lançou o projeto "Tudo de Cor para você". O objetivo era ampliar o uso da cor no mercado brasileiro. Além disso, a empresa queria mostrar suas crenças mundiais, posicionando-se como uma companhia sustentável diante de seus funcionários e da sociedade.

Foram escolhidas várias comunidades para a revitalização, e a Coral investiu em treinamento e formação de pintores. No projeto, foram utilizadas as tintas de menor impacto no meio ambiente, diluídas em água, de maneira de promover seu uso. A transformação dos locais era realizada com pintores formados pelos cursos da empresa, funcionários da AkzoNobel e membros das comunidades. A iniciativa começou em São Paulo, no bairro do Bixiga. Depois veio o Pelouri-

nho (Salvador), Olinda, Porto Alegre, Ouro Preto, Ponta Segura, e a comunidade Santa Maria (RJ), entre outras.

A AkzoNobel também lançou

uma campanha, veiculada em TV aberta e fechada. Em 2010, a Coral ampliou seu market share de 20,9% para 24,8%. No segmento

de decoração, o share subiu de 21% para 24,1%. O projeto tem como objetivo preservar e promover a abertura de diálogo e a integração na comunidade.

## Vale investe R\$ 335 milhões em ações do PAS

O Relatório de Sustentabilidade de 2010 da Vale apresentou 90 indicadores de desempenho econômico, social e ambiental, e alcançou o nível de aplicação A+ da GRI, o máximo de transparência. O relatório, com seus respectivos indicadores, foi a linha mestra para o estabelecimento

de um processo de melhoria de gestão em sustentabilidade, evidenciado pela criação do PAS (Plano de Ação de Sustentabilidade). Com isso, a Vale planeja investir aproximadamente US\$ 335 milhões em iniciativas definidas no PAS entre 2010 e 2012. Nesse valor estão previstas 880 ações para a melhoria dos indicadores, relacionadas, especialmente, à redução dos resíduos perigosos gerados e à eficiência na utilização de recursos naturais, como água e energia. Algumas ações do PAS estão relacionadas à aquisição e implantação de equipamentos,

sistemas e processos de controle ambiental, voltados a assegurar a conformidade e o aprimoramento do desempenho em operações já existentes, como Geração de Resíduos Perigosos, Captação de Água, Consumo de Energia Direta, Reuso/Recirculação de Água, Consumo de Energia Indireta, Emissões GEE. Os resultados, em 2010, foram superados. Só para citar um exemplo, em consumo de energia indireta nas unidades da Vale que desenvolveram o PAS, foi possível perceber uma economia de R\$ 139,9 milhões no ano de 2010.

## ESPM auxilia ONGs em seu planejamento estratégico

orientadores como voluntários. A consultoria busca levar às instituições preceitos básicos da lógica empresarial e auxiliá-las na construção de um planejamento estratégico. O principal objetivo é contribuir para que os stakeholders alterem comportamentos e práticas.

Durante o processo, são alvos da consultoria funcionários, voluntários e a família dos beneficiários, sendo trabalhadas oportunidades de melhoria na gestão da organização, tanto na captação de recursos, quanto na gestão de pessoas. É realizado

um diagnóstico que serve de base para o plano de ação da ONG, indicando quais pontos estruturais devem ser alterados ou otimizados. O benefício é para as duas partes envolvidas: de um lado, as instituições, que entendem como consolidar um planejamento estratégico; e de outro, alunos participantes do processo, que, já na graduação, têm contato com questões de sustentabilidade.

No primeiro semestre de 2011, a ESPM Social atendeu nove organizações, como a Save Brasil e o Instituto de Assistência a Menores de Rio Verde.