

ESCOLA POLITÉCNICA DE SAÚDE JOAQUIM VENÂNCIO  
FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ  
MINISTÉRIO DA SAÚDE

Ellen Corrêa Ribeiro

LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL: uma possibilidade de incentivo à práticas de  
responsabilidade sócio-ambiental

RIO DE JANEIRO

2009

ESCOLA POLITÉCNICA DE SAÚDE JOAQUIM VENÂNCIO  
FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ  
MINISTÉRIO DA SAÚDE

Ellen Corrêa Ribeiro

LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL: uma possibilidade de incentivo à práticas de  
responsabilidade sócio-ambiental

Trabalho de conclusão de Curso apresentada à  
Escola Politecnica de Saúde Joaquim  
Venancio como requisito parcial para  
aprovação no curso tecnico de nivel médio em  
saude com habilitação em Gestão em Serviços  
de Saúde

Orientador: Leandro Nardaccio Otaviano

RIO DE JANEIRO

2009

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha família que sempre me incentivou e me concedeu o suporte necessário.

Agradeço ao meu namorado que compreendeu os meus momentos de ausência para a elaboração deste trabalho.

Agradeço, especialmente, ao meu orientador, que me apresentou o tema deste trabalho e me instigou não só a pesquisar, mas a buscar soluções para o problema do meu objeto.

E acima de tudo agradeço a Deus.

*"A cidade tem o direito de progredir. Eu tenho o direito de não gostar daquele tipo de progresso. Tenho o direito de ficar decepcionado se não encontro lá, aquilo que eu antes encontrava."*

( João Cabral de Melo Neto)

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	5
1.1 CONJUNTURA AMBIENTAL.....	5
1.2 LICENCIAMENTO AMBIENTAL.....	7
1.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL OU RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL?.....	8
1.4 RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL.....	10
1.5 EFEITOS DA RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL.....	12
1.6 CONSUMO CONSCIENTE.....	14
<b>2 LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL</b> .....	16
2.1 LICITAÇÃO/ LEI 8.666/93.....	16
2.2 PRINCÍPIOS DA LICITAÇÃO.....	16
2.3 MODALIDADES DE LICITAÇÃO.....	17
2.4 CRITÉRIOS DE ESCOLHA PARA MODALIDADE DE LICITAÇÃO.....	18
2.5 LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL: O CASO DE SÃO PAULO.....	19
2.6 LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL: O CASO DE SÃO PAULO.....	20
<b>3 LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL: UMA PROPOSTA DE APLICAÇÃO</b> .....	22
3.1 LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL E FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE SAÚDE DE NITERÓI.....	22
3.2 SELOS VERDES.....	23
3.3 SELOS QUE PODEM SER USADOS COMO CRITÉRIO.....	23
<b>4 CONCLUSÃO</b> .....	28
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	29
<b>ANEXO A- MAPA DA DEVASTAÇÃO NO BRASIL</b> .....	31
<b>ANEXO B - CATÁLOGO COM ALGUNS PRODUTOS E OS RESPECTIVOS FORNECEDORES QUE POSSUEM O SELO FSC</b> .....	32

## 1 INTRODUÇÃO

A busca por um modelo de desenvolvimento que incorpore, com seriedade, as preocupações de ordem ambiental constitui-se como uma das questões mais discutidas na sociedade atual. Tal posição de destaque tem inúmeras justificativas. Afinal, a todo o tempo se vê nos noticiários fenômenos naturais que denunciam a atuação negligente do homem para com a natureza.

A necessidade de mudança nos padrões atuais de qualquer atividade que intervenha no meio natural é um fato constatado. A grande questão é pensar nos caminhos possíveis e principalmente nas práticas que podem ser adotadas para ajudar na construção de uma sociedade que se aproprie da natureza com a consciência dos cuidados que devem ser tomados.

E é pensando nas possíveis práticas que surgiu este trabalho, que objetiva demonstrar que a licitação sustentável é um mecanismo de grande importância no estímulo a um modelo de desenvolvimento que esteja aliado ao planejamento ambiental. Além disso, buscou-se propor maneiras de aplicar este modelo de licitação sem comprometer qualquer cumprimento de exigência legal ou prejudicar estimativas orçamentárias já estabelecidas por um órgão.

### 1.1 CONJUNTURA AMBIENTAL

A natureza é apropriada pelo homem de modo que este garanta a sua sobrevivência. Ao longo da história, são detectadas diferentes formas do homem relacionar-se com o meio natural. Inicialmente, a obtenção dos recursos encontrados no ambiente era realizada de modo que fossem supridas as necessidades mais básicas do indivíduo humano. No entanto, a apropriação do homem sobre a natureza, nos dias atuais, não objetiva unicamente a garantia de sua existência.

Para compreender as mudanças na interação do homem com o meio em que vive é necessário conhecer a estruturação da sociedade na qual ele está inserido. A sociedade contemporânea estrutura-se sob as bases do sistema capitalista de produção. Este sistema, em linhas gerais, possui como princípio a acumulação do capital por meio do lucro.

Para maximizar a obtenção do lucro, umas das estratégias é a produção em grande escala. Grandes níveis de produtos permitem que o fornecedor diminua o preço de uma mercadoria já que seus custos foram reduzidos.

Se o sistema capitalista é pautado na obtenção do lucro, não há nada mais interessante para ele do que a disseminação de hábitos consumistas. Por isso investe-se tanto em marketing a fim de convencer o consumidor a adquirir o produto de uma determinada marca.

“O capitalismo com sua lógica de crescimento exponencial da produção tem sido um importante fator à escassez de recursos naturais e à degradação ambiental. De fato, os problemas ambientais são causados pelo modo como os recursos naturais são utilizados e a escala em que são explorados.” (USSIER, Luiz Fernando; ARAÚJO, Marcela Renata Rodrigues; GONÇALVES, Renata Franco de Paula; CAMPANATTI, Viviane)”

Com o passar do tempo, as inovações tecnológicas ocorreram de maneira mais rápida. Os constantes avanços possibilitam que a produção seja realizada em menores intervalos de tempo. Toda produção precisa de recursos naturais. O modo de produzir torna-se cada vez mais ágil, em contrapartida o tempo de reposição dos recursos ambientais utilizados é muito maior em relação à velocidade de consumo e a duração da vida humana. Desse modo, as intervenções realizadas sobre o espaço natural hoje influenciarão nas condições ambientais futuras.

Qualquer alteração sobre o meio ambiente caracteriza-se como um impacto ambiental. Mas é claro que existem diferenças entre tais alterações. Algumas são mínimas e não tem potencial de promover grandes alterações na natureza. Outras são bem maiores chegando a comprometer o equilíbrio do ecossistema. Normalmente estas últimas estão associadas à produção em massa.

No Brasil, a floresta amazônica tornou-se alvo de constantes desmatamentos. A extração da madeira é a principal atividade modificadora do exuberante cenário natural. Grande parte desta extração é feita de modo ilegal. Dessa maneira, a preservação ambiental é negligenciada, prejudicando assim tanto a fauna e a flora regional como as condições de vida que vêm ao seu entorno. Tal atitude, sem planejamento ambiental, prejudica o solo tornando-o fraco e pobre. Além disso, as queimadas que são feitas liberam uma grande quantidade de gases para atmosfera poluindo-a ainda mais. O ar poluído traz enormes prejuízos para a saúde humana.

O distanciamento entre tempo de reposição dos recursos naturais e tempo de produção e consumo traz graves conseqüências para a sociedade na medida em que altera as condições adequadas para a sobrevivência humana. A utilização desmedida dos materiais encontrados na natureza pode levar os mesmos à escassez.

Coloca esta figura como anexo 1

## 1.2 LICENCIAMENTO AMBIENTAL

O Planejamento Ambiental pode ser caracterizado como o estabelecimento de ações previamente pensadas de modo a recuperar e conservar o meio natural. Ou seja, pretende evitar ao máximo as agressões e modificações ao ambiente, sempre que possível restaurando os danos causados ao mesmo. Desse modo, esta ferramenta torna-se extremamente necessária para que se combine progresso e consciência ecológica.

Atenta a esta necessidade, a legislação ambiental impõe aos empreendedores algumas restrições. O artigo 225 da Constituição Federal determina que “todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e a coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações”. Sendo assim, a manutenção da qualidade ambiental de um país é uma responsabilidade do governo, em todas as suas esferas, e da população. Para atender a esse dever de conservação do equilíbrio ecológico, um dos mecanismos utilizados pelo setor público é o licenciamento ambiental, instituído pela lei 6938/81 que discorre sobre a Política Nacional do Meio Ambiente.

O licenciamento é uma exigência legal destinada a qualquer empreendimento que lide com recursos naturais, que polua ou possa vir a poluir e causar danos ao meio ambiente, de acordo com a Resolução Conama 237/97. Existem três tipos de licença ambiental, cada uma delas adequada a uma etapa, são elas: licença prévia, licença de instalação e licença de operação.

A Licença Prévia é necessária já durante o planejamento do empreendimento. Para a emissão desta licença considera-se o local em que se pretende iniciar a atividade e os possíveis prejuízos ao lugar, estabelecendo-se então as medidas mitigadoras, conforme as necessidades constatadas. No caso de ações potencialmente poluidoras ou que possam incidir em danos ambientais de grande porte é necessário o Relatório de Impacto sobre o Meio Ambiente (RIMA) e o Estudo de Impacto Ambiental (EIA).

O Estudo de Impacto Ambiental tem um caráter mais técnico, devendo assim considerar aspectos como localização, áreas de influencia dos prejuízos ambientais, medidas mitigadoras e a elaboração de um programa de acompanhamento. Já o Relatório de Impacto sobre o Meio Ambiente tem um perfil mais democrático, objetivando tornar público as vantagens e desvantagens do projeto em questão, justificando as escolhas e os caminhos decididos.

A Licença de Instalação deve ser requerida antes do começo das obras. Para obtê-la é preciso que se tenha um projeto de construção que dê conta de responder as exigências de controle ambiental, já definidas, de modo minucioso, na concessão da Licença Prévia. Ao longo da execução das obras haverá um acompanhamento visando verificar o cumprimento dos compromissos condicionantes da emissão da licença.

A expedição da Licença de Operação só ocorre após a constatação de que as condições estabelecidas nas outras etapas foram devidamente cumpridas. Nesta licença, constam as ações de controle ambiental. Só após a sua emissão a empresa está legalmente apta a iniciar suas atividades.

A falta do planejamento ambiental pode trazer conseqüências irreversíveis para o planeta como um todo. No século atual, fenômenos ambientais desastrosos alertam para a necessidade de se repensar as práticas que modificam o meio natural. A destruição da camada de ozônio, o aquecimento global, a poluição atmosférica, o assoreamento de rios e outros, comprometem a qualidade de vida da população mundial. Para reverter o processo é necessário que as indústrias (maiores extratoras de recursos ambientais) se planejem de modo que o seu impacto sobre o meio natural seja o menor possível. Tais fatores levam a intensas discussões na sociedade atual sobre a importância do planejamento como um hábito

As empresas como agentes interventores das mudanças no meio ambiente têm o dever moral e ético de prestar contas a comunidade na qual ela se encontra. A transparência na gestão dos negócios contribui para a consolidação de uma marca no mercado bem como a sua legitimação social. De acordo com esses pressupostos surge o conceito de responsabilidade sócio-ambiental como um caminho para o desenvolvimento sustentável.

### 1.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL OU RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL?

No campo conceitual os termos “responsabilidade social” e “responsabilidade sócio-ambiental” não possuem um consenso de definição. As literaturas acerca do tema divergem em alguns pontos. O que significam de fato esses termos na teoria e na prática?

A começar pela estrutura de formação das palavras, temos que responsabilidade sócio-ambiental engloba responsabilidade social já que o “sócio” no primeiro termo corresponde ao sentido de social no segundo. O diferencial então se daria pelo constituinte ambiental presente em um e não no outro.

Ora, se para haver vida humana tem de existir todo o tempo uma interação com o meio ambiente, como explicar então a separação e os diferentes sentidos produzidos por estas

palavras chaves?

O grande diferencial entre responsabilidade social e responsabilidade sócio-ambiental está no potencial e no foco das ações correspondentes ao exercício de cada uma delas.

Ações de responsabilidade ambiental (eixo constituinte da responsabilidade sócio-ambiental) necessariamente terão impactos sociais, que serão diferenciados apenas por seu grau de correlação direta. As ações de responsabilidade social, por sua vez, nem sempre possuirão relacionamento com benefícios ao meio ambiente.

Para exemplificar tal argumento pode-se pensar no caso de um rio que é poluído pelos resíduos de uma indústria. A poluição é um impacto ambiental já que alterou as condições naturais do rio. Imagine agora que ao redor desse rio viva uma comunidade de pescadores. Feito isso pode-se dizer que a poluição do rio causou impactos sociais já que influenciou negativamente no modo de sobrevivência daquela população.

Pense agora numa segunda situação em que o rio continua a ser poluído só que ao seu redor não existe nenhuma comunidade. O impacto social deixou de existir por não haver habitantes ao redor do rio? O impacto social deixou de existir apenas de maneira direta. No entanto se essa ação é pensada em longo prazo percebe-se que a poluição desse rio configura-se como um impacto social na medida em que a água é um patrimônio da humanidade além de ser um recurso não renovável.

Se o dinheiro não fosse investido na despoluição do rio, mas no patrocínio de um curso de informática para uma comunidade, por exemplo. Tal forma de investir se caracterizaria como responsabilidade social e seus efeitos não proporcionariam, impacto direto sobre o ambiente.

Assim, temos que o conceito de responsabilidade sócio-ambiental é mais abrangente e engloba a responsabilidade social com ações voltadas para o benefício do meio natural afetando positivamente, de maneira direta ou indireta, a sociedade. Quando se pensa nos efeitos de responsabilidade sócio-ambiental não se pode desvincular a responsabilidade social, podendo ser apenas separadas no que diz respeito ao foco das ações.

Uma empresa pode planejar-se para agir de maneira responsável com o meio ambiente, tentando minimizar as influências negativas ao máximo. Seu foco de ação é o meio ambiente. Os benefícios dessa ação se dão no meio ambiente e na sociedade por consequência.

## 1.4 RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL

A empresa está inserida na sociedade, o que a torna um ator social dotado de responsabilidades. Portanto torna-se um dever seu preocupar-se com o meio à sua volta, preservando-o e possibilitando o seu desenvolvimento de maneira sustentável. Proporcionando desse modo qualidade de vida numa esfera mínima ao seu entorno.

Para Archie Carrol, importante teórico do campo, a responsabilidade social se subdivide em quatro tipos, são elas: Responsabilidade econômica, legal, ética e filantrópica.

A Responsabilidade econômica, considerada o principal tipo de responsabilidade social adotada, o seu dever apenas em produzir os bens e serviços necessários a sociedade. Determina-se o preço de modo a proporcionar o pleno exercício da atividade da empresa, permitindo que esta honre seus compromissos com os fornecedores e aumente o lucro.

A Responsabilidade legal é caracterizada pelas atitudes que a sociedade espera das empresas. Este comportamento inclui minimamente o cumprimento de metas econômicas e exigências legais.

A Responsabilidade discricionária ou filantrópica é referente às ações de caráter puramente voluntário, não sendo orientada por lei, ética ou imposições econômicas.

A Responsabilidade ética diz respeito às atitudes empresariais que não estão previstas em lei e nem sempre estarão ligadas aos interesses econômicos das empresas. A responsabilidade ética caracteriza por “pensar socialmente”, guiado pelos preceitos de justiça, equidade e imparcialidade, sempre respeitando o indivíduo.

Portanto, o conceito de responsabilidade social, o qual aqui é defendido, tem a ver com um compromisso empresarial ético de justificar a sua atuação perante a sociedade. Já que uma empresa dotada somente de capital financeiro não produz nada, ela precisa de recursos humanos e naturais para apresentar algum resultado. A idéia de responsabilidade social está, portanto diretamente ligada a um processo de interação social da empresa para com clientes, fornecedores, funcionários e a comunidade na qual ela se insere. Estes atores sociais no campo teórico são denominados de “partes interessadas”.

Partes interessadas ou stakeholders são expressões que caracterizam e abrangem todos aqueles que, de alguma forma, são interessados no desempenho da organização. Estas partes são divididas de acordo com os interesses de cada uma delas, interesses estes que vão influenciar no critério de reação das mesmas.

A responsabilidade social é exercida em sua plenitude quando a empresa consegue atender ao seu público interno (empregados e seus dependente) e externo (consumidores,

fornecedores, etc.). O primeiro grupo porque sem seus empregados e seus dependentes se torna impossível a sobrevivência da empresa. Já o segundo porque influi na imagem e na admiração da empresa, ou seja, caso este não seja atendido, conseqüentemente a empresa perderá parte de sua demanda.

As responsabilidades da gestão com os acionistas consistem basicamente na utilização de recursos da melhor maneira possível, a fim de aumentar sempre os lucros. Tornando sempre claro como os recursos foram utilizados e quais foram os resultados, tudo dentro dos limites da legislação.

Quanto aos trabalhadores, de acordo com a legislação todo empregado tem direito a se sindicalizar, a ter condições de trabalho com segurança, determinação de salário e horário de trabalho, entre outros. Porém uma empresa socialmente responsável não se preocupa apenas com tais questões previstas na lei trabalhista. Uma empresa que exerce responsabilidade social oferece suporte para o desenvolvimento do trabalhador, proporcionando possibilidades de desenvolvimento em sua carreira, melhorando suas condições de trabalho. No exercício da responsabilidade social para com os empregados é comum que se veja o estímulo da gestão participativa, que integra o funcionário nas atividades da empresa. A gestão participativa faz com que os funcionários se interessem mais pela empresa, trazendo benefícios para ambos. Outra questão sobre a responsabilidade social da empresa quanto aos seus empregados é referente a demissão, que só deve ser adotada como medida em última circunstância. É aconselhável a adoção de critérios que consideram a idade do empregado, visto que quanto mais avançada esta é, mais difícil torna-se a recolocação do trabalhador no mercado de trabalho. Uma empresa socialmente responsável deve também considerar se o funcionário possui família ou não, além de sempre respeitar as diversidades culturais de cada indivíduo.

Os clientes representam a maior preocupação das empresas, é geralmente por eles que ocorre uma maior preocupação com a responsabilidade social, tal fator se dá porque nele está o foco da empresa. Para tanto é necessário conquistar a admiração dos clientes a fim de fazer com que eles tenham preferência pela marca da empresa.

As empresas socialmente responsáveis devem estender seus critérios também aos fornecedores, a fim de disseminar práticas sustentáveis, contemplando empresas adeptas destas, no entanto sem prejudicar a concorrência. São aconselháveis critérios que valorizem as relações de aliança bem como a conduta da empresa, parcerias e terceirizadas. No caso das últimas, garantindo diferença mínima entre os terceirizados e os funcionários de fato, evitando a deterioração de suas condições de trabalho para redução de custos.

Em geral, a comunidade na qual a empresa se localiza oferece a esta uma quantidade

considerável de trabalhadores. Nesse contexto, a responsabilidade social funcionaria como uma forma de retorno, melhorando, por exemplo, o ambiente na qual tanto empresa e comunidade situam-se, trazendo benefício para ambos. Refletindo possivelmente num maior comprometimento dos funcionários, já que a empresa ganha respeito perante a comunidade à sua volta.

Quanto aos seus concorrentes, é importante, mais uma vez, que a empresa aja de maneira ética, negando-se a participar de práticas comerciais ilícitas. A conquista de seu consumidor deve ser pautada na qualidade do seu próprio produto, e não na difamação do concorrente bem como espionagem industrial, entre outros.

O compromisso mais básico da empresa para com governo e sociedade consiste na ética, expressa em suas diversas formas como cumprimento de leis e compromisso com pagamento de impostos. As relações com o poder público bem como clientes, funcionários, acionistas e a sociedade de um modo geral devem ser transparentes.

Para além desta ética, considerada mais preliminar, existem empresas que se comportam de maneira a exercer também uma responsabilidade com o meio ambiente. Preocupando-se assim com os impactos que a sua produção possam ajudar a causar ao seu redor inicialmente, e de uma forma mais ampla em todo planeta. Para tanto, realizam ações como diminuição da emissão de gases poluentes mais nocivos, por exemplo. Além dos gases, as obras também possuem um poder considerável de impacto no meio ambiente, devendo, portanto, serem realizadas após estudos ambientais sobre a região específica em que se deseja pô-la em prática.

Ao atender os critérios apresentados, tanto sociais quanto ambientais, uma empresa pode ser considerada então dotada de responsabilidade sócio-ambiental.

## 1.5 EFEITOS DA RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL

O ganho empresarial através da responsabilidade sócio-ambiental se dá de diversas maneiras. Uma forma visível é o apoio da sociedade e consumidores, que demonstram uma preferência na compra de produtos de empresas que exercem este tipo de comportamento social. Tal atitude visa um retorno de melhorias para a sociedade como um todo. Ocorre então, um processo de identificação e fidelidade de um consumidor a uma determinada marca. Possivelmente essa seja uma visão mais mínima do processo. Além disso, empresas socialmente responsáveis são divulgadas com frequência nos veículos comunicativos, o que gera um marketing positivo e sem custos, que fará com que mais pessoas saibam de tal

iniciativa, admirem a empresa e na hora do consumo optem por ela.

Não se pode esquecer que o funcionário pertence a uma comunidade, e quando percebe que a sua empresa oferece algum tipo de retorno isso vai impactá-lo com uma dose extra de motivação em seu trabalho, e a empresa mais uma vez ganhará com isso. Afinal, é muito mais gratificante trabalhar para uma instituição que esteja disposta a oferecer uma melhoria social, além do salário que é uma obrigação garantida por lei.

Os investidores se caracterizam também como um ganho por responsabilidade social, já que dão preferência a empresas que agem deste modo. Não é difícil imaginar os motivos, já que tais empresas possuem uma credibilidade bem maior com o consumidor e a sociedade de um modo geral quando comparada a outras que não tem esse tipo de iniciativa.

Outro ganho de empresas socialmente responsáveis encontra-se nas isenções fiscais que conseguem junto ao governo. Como já foi dito, os clientes privilegiam tais empresas. Isto, aliado à propaganda das ações socialmente responsáveis das empresas, incide numa mudança de comportamento entre a sociedade e o meio ambiente, mesmo que seja em pequena escala.

Já nas empresas que não são socialmente responsáveis podemos perceber grandes perdas, ou seja, um revés de tudo aquilo dito acima. Destacando-se o papel da mídia nesse processo, já que ela influi efetivamente o consumidor, sendo o canal através do qual o consumidor final tem acesso ao modo de agir da empresa. Onde “boas ações” (responsáveis) impactam positivamente enquanto que as “más” (impensadas) impactam negativamente na credibilidade da empresa perante os consumidores, os investidores e a sociedade.

Os efeitos apresentados até aqui são referentes apenas às empresas que aderem à prática da responsabilidade sócio-ambiental. Há de se ressaltar que o maior benefício é o de possibilitar a compatibilidade entre a tecnologia e um ambiente saudável.

A responsabilidade social é, atualmente, uma questão de discussão compartilhada em escala mundial. Muitas empresas já possuem declarado interesse no assunto. Um dos principais motivos é o impacto dessa atitude no consumidor, que passa a apresentar uma preferência por determinadas empresas que realizam serviços sociais.

Para medir o comprometimento das empresas com as questões sociais foram criados alguns indicadores. Estes indicadores servem tanto como instrumento de gestão como um incentivo a adoção da responsabilidade social como exercício. Um importante indicador é o balanço social do Instituto IBASE.

Quanto ao Brasil, a questão da responsabilidade social ganhou força nas pautas de discussão na década de 90. Sendo necessário destacar ações de institutos como o IBASE, e do sociólogo Herbert de Souza (Betinho), um de seus fundadores. O IBASE é um dos principais

institutos a promover o balanço social, assunto sobre o qual Betinho promoveu uma grande campanha de divulgação que contou com o apoio de importantes empresas e teve boa repercussão na mídia. Como estratégia de garantia da participação das empresas, o IBASE lançou o Selo do Balanço Social. Ainda na década de 90, temos a fundação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, que objetiva a disseminação de práticas sociais. Tal instituto lançou em 2000 os Indicadores Ethos, a fim de avaliar o exercício da responsabilidade social nas empresas e passou ainda a realizar anualmente a Conferência de Empresas e Responsabilidade Social.

O balanço social é uma ferramenta que permite avaliar o desempenho socioeconômico de uma empresa. Por meio dele pode-se obter informações de cunho social tanto dos sujeitos internos (funcionários) quanto dos sujeitos externos (fornecedores e sociedade em geral).

Tal ferramenta não influencia somente o público final (consumidores). Cada vez mais os investidores vêm no balanço social um guia de credibilidade e estabilidade de uma empresa. Por isso, um bom desempenho social além de conquistar um público consumidor progressivamente consciente pode atrair investimentos de mercado.

O Balanço Social proposto pelo IBASE é o indicador mais utilizado no meio empresarial, sendo cada vez mais disseminado. Este instrumento, baseado no conceito de responsabilidade social leva em consideração indicadores sociais e ambientais. Tal agrupamento permite que uma empresa possua um balanço social positivo, ainda que seus níveis de investimentos sociais estejam desproporcionais em relação aos ambientais. Priorizam-se, em geral, os investimentos sociais já que estes possuem um retorno maior do público. Aplicações em educação e em cultura têm um poder de marketing mais eficiente, já que nestes casos os benefícios estão ligados de maneira mais direta à população.

No conceito de responsabilidade sócio-ambiental é válido reafirmar que este engloba a responsabilidade social, já que sua nomenclatura pressupõe igualdade de atenção às duas questões. Além disso, o foco na ação ambiental gera benefício social.

## 1.6 CONSUMO CONSCIENTE

Instrumentos como o balanço social são destinados a empresas. Empresas estas cujo objetivo é atender a um consumidor. Desse modo, as expectativas deste último são levadas em conta na hora da produção, tendo em vista a aceitação e a conseqüente venda do produto no mercado.

Nos dias atuais, embora os processos produtivos sejam estruturados de uma maneira que traz grandes prejuízos a qualidade ambiental, já é constatada a necessidade de uma reestruturação que valorize a proteção do equilíbrio ecológico.

A busca por tecnologias menos agressivas vai se intensificando aos poucos, mas esbarra nos limites do mercado, que oferece opções mais baratas para o cliente, mas que em contrapartida custam caro para a qualidade do hábitat de todos os seres vivos conhecidos, a Terra.

O ritmo de substituição da produção atual para uma produção sustentável está nas mãos de um agente decisivo para esse processo: o consumidor.

Se o mercado está cheio de consumidores conscientes, ou seja, consumidores que preferem produtos socialmente responsáveis e não degradantes a natureza, é natural que a produção para atender essa demanda cresça. A consequência disso seria um processo de barateamento das tecnologias que atualmente são mais onerosas do que as freqüentemente utilizadas.

Então, a freqüência com a qual o ideal de desenvolvimento sustentável<sup>1</sup> pode ser atingido vai depender da disseminação do hábito do consumo consciente. É necessário que o consumidor em todas as suas figuras, seja ela individual, pública e até mesmo empresarial se conscientize do seu potencial como agente interventor de mudanças nos padrões de sua sociedade para que se alcance o bem comum.

## **2 LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL**

<sup>1</sup> “Desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro” (Relatório Brundtland- Nosso Futuro Comum 1987).

## 2.1 LICITAÇÃO/ LEI 8.666/93

Na compreensão da necessidade do consumo consciente como um hábito, surge a licitação sustentável, como uma resposta do poder público ao seu dever de preservar o meio ambiente. Mas antes de se definir licitação sustentável é preciso definir antes o que é licitação, quais são os seus princípios norteadores e demonstrar sua importância para órgãos públicos.

Licitação é o processo administrativo formal através do qual a Administração Pública realiza compras, contratações de obras e prestação de serviços. Neste processo são estabelecidas condições, por meio de editais e convites, que devem ser respeitadas pelas empresas interessadas que apresentarem propostas.

A Lei 8.666/93 é responsável pela regulamentação das licitações e contratos administrativos que incluem obras, serviços, compras, alienações e locações, atingindo as esferas Federal, Estadual e Municipal. Tal lei abrange a administração direta bem como fundos especiais, autarquias, fundações públicas, empresas públicas, sociedade de economia mista e outras entidades subordinadas de maneira direta ou indireta às esferas já anteriormente citadas.

Todo contrato do poder público com terceiros deve ser antecedido de licitação, ressalvando-se os casos previstos na lei, em que há inexigibilidade ou dispensa de licitação.

## 2.2 PRINCÍPIOS DA LICITAÇÃO

**Legalidade:** este princípio na lei 8.666/93 garante o cumprimento, tanto dos licitantes quanto da Administração Pública, das leis, normas e princípios em vigor.

**Impessoalidade:** toda decisão da Administração Pública deve ser pautada em critérios previamente estabelecidos, não concedendo espaços a subjetivismos no processo licitatório.

**Moralidade:** princípio que condiciona os envolvidos na licitação não apenas ao cumprimento das leis, mas também a uma atitude de acordo com a moral, a ética, os bons costumes e as práticas administrativas.

**Igualdade:** Garante um tratamento igualitário a todos aqueles interessados no processo de licitação, sem distinção alguma.

**Publicidade:** As licitações para serem válidas devem ser necessariamente de conhecimento público, a fim de que sejam evitados contratos que beneficiem terceiros.

**Probidade Administrativa:** corresponde à realização de um serviço com interesse público com, lealdade e transparência, respeitando sempre todos os interessados nesse serviço de interesse coletivo.

**Vinculação ao instrumento convocatório:** nada será realizado sem que esteja prevista no ato convocatório, condicionando portanto as partes envolvidas a tomarem conhecimento das condições pré-estabelecidas no ato convocatório.

**Julgamento objetivo:** o administrador deve estar sempre respaldado de critérios objetivos para o julgamento, critérios esses que devem sempre estar contidos no ato convocatório a fim de evitar critérios subjetivos e evitar benefícios particulares.

### 2.3 MODALIDADES DE LICITAÇÃO

A lei 8.666/93 prevê cinco modalidades de licitação. São elas: concorrência, tomada de preços, convite, concurso e leilão, descritos abaixo conforme a lei.

**Concorrência** é a modalidade de licitação entre quaisquer interessados que, na fase inicial da habilitação preliminar, comprovem possuir os requisitos mínimos de qualificação exigidos no edital para execução de seu objeto.

**Tomada de Preços** é a modalidade de licitação entre interessados devidamente cadastrados ou que atenderem a todas as condições exigidas para cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, observada a necessária qualificação.

**Convite** é a modalidade de licitação entre interessados do ramo pertinente ao seu objeto, cadastrados ou não, escolhidos e convidados em número mínimo de 3 (três) pela unidade administrativa, a qual afixará, em local apropriado, cópia do instrumento convocatório e o estenderá aos demais cadastrados na correspondente especialidade que manifestarem seu interesse com antecedência de até 24 (vinte e quatro) horas da apresentação das propostas.

**Concurso** é a modalidade de licitação entre quaisquer interessados para a escolha de trabalho técnico científico ou artístico, mediante a instituição de prêmios ou remuneração aos vencedores, conforme critérios constantes do edital publicado na imprensa oficial com antecedência mínima de 45(quarenta e cinco) dias.

**Leilão** é a modalidade de licitação entre quaisquer interessados para a venda de bens móveis inservíveis para a administração ou de produtos legalmente apreendidos ou penhorados, ou para a alienação de bens imóveis prevista no art. 19, a quem oferecer o maior lance, igual ou superior ao valor da avaliação.

Mais recentemente tornou-se modalidade de licitação o pregão, instituído pela Medida Provisória 2.026, de 4 de maio de 2000, convertida na Lei nº 10.520, de 2002, regulamentada pelo Decreto 3.555, de 2000.

**Pregão** é a modalidade de Licitação para aquisição de bens e serviços comuns, para qualquer que seja o valor estimado da contratação, em que a disputa pelo fornecimento é feita por meio de propostas e lances em sessão pública.

#### 2.4 CRITÉRIOS DE ESCOLHA PARA MODALIDADE DE LICITAÇÃO

‘Um dos critérios para escolha da modalidade de licitação é o limite financeiro que a lei 8.666/93 impõe a cada uma delas, como podemos ver a seguir:

I - Para obras e serviços de engenharia:

- a) Convite - até R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais);
- b) Tomada de preços - até R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais);
- c) Concorrência - acima de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

II - Para compras e serviços não referidos no inciso anterior:

- a) Convite - até R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais);
- b) Tomada de Preço - até R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais);
- c) Concorrência - acima de R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais).

A modalidade do pregão não tem um limite financeiro. Por ser uma modalidade de licitação presencial, em que há negociação, os preços tendem a ser mais vantajosos para o poder público.

Além dos tetos financeiros estabelecidos, os critérios da licitação para escolha de propostas são:

- **Melhor Preço:** vence aquele que oferecer preços mais vantajosos para a Administração, critério geralmente utilizado em compras e contratações de bens e serviços.
- **Melhor Técnica:** vence a melhor proposta em termos técnicos ainda que esta tenha preço um pouco acima das demais. Tal critério é utilizado na prestação de serviços intelectuais como elaboração de estudos técnicos, projetos, engenharia consultiva entre outros.
- **Melhor Técnica e Preço:** elabora-se uma média ponderada entre os dois critérios acima citados, sendo obrigatório, por exemplo, na contratação de bens e serviços de informática.

Frequentemente, a lei 8.666/93 é criticada por funcionários públicos, que alegam que esta impede que sejam comprados produtos de boa qualidade. Tal opinião sustenta-se erroneamente pelo fato da aquisição aderir ao produto mais barato.

No entanto tal fato não impede o poder público de adquirir produtos de boa qualidade. Fatalmente o produto mais barato é o que vai ser comprado, mas isto só ocorre porque este atende as exigências do edital. A qualidade do produto a ser adquirido depende, portanto, da elaboração de um edital que estabeleça os requisitos a serem cumpridos. Dessa maneira, opta-se pelo mais barato dentro daquilo que foi especificado como necessário, de maneira a estabelecer um critério objetivo e impessoal. Entretanto, é válido destacar que as especificações não podem fixar exigências impertinentes para o objeto.

## 2.5 LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL

Como dito no capítulo anterior, a preservação das boas condições ambientais é um dever do Estado. Além disso, já foi visto o papel fundamental dos hábitos de consumo como um potente estimulador da compatibilidade entre produção e equilíbrio ecológico.

Denomina-se licitação sustentável a licitação que incorpora em suas exigências critérios que valorizam o exercício da responsabilidade sócio-ambiental, visando o alcance do desenvolvimento sustentável.

As denominadas “compras sustentáveis” do poder público são estimuladas pela ONU<sup>2</sup> nos governos de todo o mundo. Em âmbito nacional, a Agenda 21 atenta para o papel de liderança que deve ser exercido pelos governos na promoção do consumo sustentável. No entanto, as legislações locais apresentam diferenças.

No caso do Brasil, toda compra realizada com dinheiro público só pode ser feita por meio de licitação, conforme a Lei 8.666/93. Observando isto e somando a informação do que é licitação sustentável, um questionamento comum é se a lei vigente permitiria a realização desse tipo de compras. Afinal, se um processo exigir por um produto ecologicamente correto, não seria isso um tipo de restrição? Não, ao contrário do que muitos pensam, não seria.

Embora as empresas que atendem a critérios sócio-ambientais estejam em minoria no mercado, existem mais de uma por ramo de produção. Assim, o caráter competitivo da licitação estaria garantido, conforme a exigência imposta no parágrafo 1º do Artigo 3º da lei

---

<sup>2</sup> ONU (Organização das Nações Unidas) - A Organização das Nações Unidas é uma instituição internacional formada por 192 Estados soberanos, fundada após a 2ª Guerra Mundial para manter a paz e a segurança no mundo, fomentar relações cordiais entre as nações, promover progresso social, melhores padrões de vida e direitos humanos.

aqui comentada. Além disso, se a legislação ambiental responsabiliza o poder público pela manutenção da qualidade do patrimônio natural, como este poderia então ser impedido de realizar sua função durante o seu processo de compras. Processo este que se não valorizar as questões de ordem ambiental pode impactar negativamente o meio ambiente.

No mundo já existem tentativas de por o ideal do consumo sustentável em prática por meio do poder público, merecendo destaque países como Noruega, Inglaterra e Japão. No Brasil, existem dois estados que já realizam esse tipo de aquisição: Minas Gerais e São Paulo.

## 2.6 LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL: O CASO DE SÃO PAULO

O Estado de São Paulo é o grande destaque brasileiro na aplicação da licitação sustentável, não só pelo grande volume de compras que consegue atingir, mas também pela estrutura que dá suporte a elas.

Como já visto, as dúvidas acerca da compatibilidade dos critérios ambientais com as exigências da lei 8.666/93 podem se tornar um obstáculo na execução desse tipo de compra. Para não correr o risco de sufocar os processos de tentativas de impugnações deve-se ter uma forte base jurídica. Então, tal posicionamento inovador, na gestão pública, justificou-se principalmente, sob o pressuposto inegável da legalidade de um processo de compras que funcione como um instrumento de ação de políticas públicas de preservação ambiental. Sendo assim, a Procuradoria Geral do Estado por meio da Consultoria Jurídica da Secretaria do Meio ambiente elaborou o Parecer CJ/SMA nº589/06 que dá todo o suporte jurídico para a realização das licitações sustentáveis.

A infraestrutura do Estado de São Paulo para a prática das compras sustentáveis conta com a utilização de sítios. Os principais estão listados a seguir:

- [www.cadterc.sp.gov.br](http://www.cadterc.sp.gov.br) → Neste sítio estão disponíveis estudos sobre os serviços terceirizados mais utilizados pelos órgãos do estado, com o intuito de orientar as especificações técnicas e os preços referenciais.
- [www.sancoes.sp.gov.br](http://www.sancoes.sp.gov.br) → Neste sítio encontra-se a relação de todos os fornecedores punidos por qualquer uma das unidades gestoras do Estado a fim de vetar, de fato, que estes participem novamente de um processo licitatório. A operação padrão orienta que o pregoeiro consulte a situação de todos os participantes interessados antes do início da sessão.
- [www.pregao.sp.gov.br](http://www.pregao.sp.gov.br) → Neste endereço se encontram as informações relativas aos pregões que serão realizados. É mais uma forma de tornar público o processo e ampliar o leque de participantes.

O processo de implantação das licitações sustentáveis focou as seguintes frentes de ação: Serviços Gerais, Materiais, Obras e Serviços. A Padronização dos serviços e materiais de acordo com os critérios ambientais bem como a facilidade de acesso de informações foram aspectos decisivos para o sucesso das compras, que hoje atingem um alto valor financeiro.

É necessário destacar ainda a importância da criação do Comitê de Qualidade da Gestão Pública, cuja função é elaborar e aprovar propostas de políticas para apresentar ao governador do estado.

Ao apresentar essa discussão para gestores públicos, haverá aqueles que questionarão o ponto financeiro dessa proposta. Afinal, os produtos que atendem a demanda ambiental são pequena parte do mercado. Os preços por sua vez tendem a ser mais altos. Optar pela licitação sustentável então provocaria aumentos bruscos no gasto do poder público que poderia, talvez, não suportar essa mudança, concluiriam eles.

Como fazer então para evitar esse grande aumento e vivenciar uma era de transição sem grandes turbulências?

### **3 LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL: UMA PROPOSTA DE APLICAÇÃO**

#### **3.1 LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL E FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE SAÚDE DE NITERÓI**

O objetivo deste capítulo é propor idéias que viabilizem a prática da Licitação Sustentável. Este projeto é destinado à aplicação na Fundação Municipal de Saúde de Niterói, instituição com a qual a autora teve contato em uma experiência de um ano de estágio em sua

rede. Porém, os princípios aqui destacados serão úteis a qualquer lugar que se proponha a aderir licitações em que a preservação ao meio ambiente seja fundamental.

Uma das dificuldades para a implantação da licitação sustentável, como já foi visto, é uma oferta de mercado menor, quando se trata de produtos certificados, além de um custo mais elevado. Para resolver estas questões foi identificada ao longo do estudo a necessidade de aumentar a demanda por produtos ecologicamente corretos. Dessa maneira, é recomendado a Fundação a realização de compras conjuntas a fim de aumentar as demandas. Desse modo, será estimulada a produção ecologicamente correta e inicialmente representará um avanço na redução dos custos com estes produtos. Assim, a opção pela Licitação Sustentável não vai fazer com que os gastos da Fundação aumentem exponencialmente.

Cabe aqui destacar, no caso da Fundação, a necessidade de unificação ao máximo dos processos de compras de todas as unidades subordinadas.

Para a implantação das compras sustentáveis na FMS Niterói será necessária a criação de uma comissão denominada “COMISSÃO DE COMPRAS SUSTENTÁVEIS”.

São funções da Comissão de Compras Sustentáveis:

1. Atuar na pesquisa de opções de mercados ambientalmente corretas, estudando e mantendo constante atualização sobre os selos com confiabilidade no mercado;
2. Elaboração dos critérios ambientais aos quais os produtos terão de atender;
3. Coordenação de pesquisa para estudar os efeitos das compras, sistematizando-os e publicando-os para incentivar crescente demanda por produtos ecologicamente corretos;
4. Identificação de objetos comuns no processo de compras das diferentes unidades gestoras subordinadas;
5. Coordenar grupos de estudo de demanda para avaliar o consumo real dos objetos que podem ser incorporados ao programa de compras sustentáveis;

Sinteticamente, a estrutura necessária para a realização efetiva das licitações sustentáveis se compõe de 5 fases, são elas:

Fase 1: Nesta fase será feito um levantamento dos objetos adquiridos pela Fundação Municipal de Saúde de Niterói.

Fase 2: As demandas comuns, entre as unidades subordinadas, irão compor um processo único

Fase 3: A partir deste levantamento serão identificados os itens que possuem opções de mercado com certificações ambientais.

Fase 4: Realização de estudo acerca de certificações e selos ambientais confiáveis.

Fase 5: Elaboração dos critérios ambientais ao qual o objeto da licitação deverá atender.

### 3.2 SELOS VERDES

Em decorrência do aparecimento de consumidores exigentes em todo o mundo além da pressão dos ambientalistas, começam a surgir no final da década de 70 os selos verdes. A intenção desse tipo de rotulagem é esclarecer ao consumidor a origem do produto e a postura da empresa fabricante com o meio ambiente.

Os selos verdes de certificação, em si, já embutem alguns critérios ambientais adequados à finalidade do produto em questão. Portanto, utilizá-los como referência é uma forma de garantir o cumprimento de um eficiente desempenho ecológico. No entanto, é necessário lembrar que existem diferentes tipos de selos. Os selos verdes dividem-se em dois grupos: os independentes que são atestados por instituições ou associações autônomas; e os auto reguladores que são atestados pelos próprios produtores. Nestes últimos torna-se mais difícil para o consumidor, no caso a Fundação, identificar a procedência do material.

Com o intuito de exemplificar como seria o estudo proposto neste capítulo e considerando o perfil de consumo da FMS Niterói a partir da análise dos cadastros de classe de materiais, serão destacados aqui os selos mais reconhecidos nacional e internacionalmente e que podem se tornar um padrão para as aquisições da Fundação.

### 3.3 SELOS QUE PODEM SER USADOS COMO CRITÉRIO

**Selo FSC (Forest Stewardship Council)**, FSC (Forest Stewardship Council) significa, em português, Conselho de Manejo Florestal. Este selo é um dos mais reconhecidos internacionalmente para efeito de certificação ambiental.

Segundo o sitio da WWF o FSC atua de três formas:

“(...) desenvolve os princípios e critérios (universais) para certificação; credencia organizações certificadoras especializadas e independentes; e apóia o desenvolvimento de padrões nacionais e regionais de manejo florestal, que servem para detalhar a aplicação dos princípios e critérios, adaptando-os à realidade de um determinado tipo de floresta.”

Os Princípios e critérios do FSC são importantes no sentido de disseminação de hábitos ecologicamente corretos já que o cumprimento deles torna-se necessário para obter a certificação.

Para obter o selo de certificação FSC a operação ambiental deve agir de maneira ecologicamente correta, com justiça social e ser economicamente viável.

Agir ecologicamente significa intervir no espaço natural aproximando-se do ciclo natural do meio de modo que a biodiversidade seja mantida e que o ambiente possa renovar-se.

Ser socialmente justo exige que todas as atividades estejam cumprindo os trâmites da lei como pagamento de tributos, leis trabalhistas, segurança do trabalho entre outros.

A viabilidade econômica se dá em virtude do aumento de produtividade florestal, assim garante-se a durabilidade do negócio e aumenta-se a demanda por produtos ecologicamente corretos.

O selo FSC realiza a certificação de cadeia de custódia. Essa certificação permite ao consumidor detectar a origem do produto, já que para liberar a mesma é feito um rastreamento do produto desde a obtenção de sua matéria-prima. Esse mecanismo garante a certificação à cadeia de produção como um todo.

Adquirir um produto com o selo FSC é a garantia do respeito do fornecedor a todos estes princípios e critérios. É vasta a linha de produtos atendida por este selo, segue expostas, em anexo, as linhas que podem ser utilizadas pela fundação e os fornecedores certificados de acordo com os princípios do FSC.

**Selo IBD – Associação de Certificação Instituto Biodinâmico,** A certificação do IBD é destinada a atividades agropecuárias, de processamento e de produtos extrativistas orgânicos, biodinâmicos e de mercado justo.

Para a concessão da certificação é exigido que os produtos estejam de acordo com as normas orgânicas e biodinâmicas. Dessa maneira pode-se haver a desintoxicação do solo, ausência de produtos químicos e agrotóxicos, cumprimento do Código Florestal Brasileiro, preservação das espécies nativas e mananciais, recomposição das matas ciliares, respeito às reservas indígenas e às normas do trabalho reconhecidas internacionalmente, entre outros.

As avaliações são realizadas periodicamente. Este acompanhamento incentiva práticas socialmente responsáveis e reconhece a capacidade do pequeno produtor de adequar-se às novas exigências de mercado, afinal noventa por cento das certificações são conquistadas por estes.

Além disto, o selo IBD possui reconhecimento internacional no mercado, atuando também na área da pesquisa no campo agrícola e financiando projeto de pequenos agricultores. A instituição oferece ainda treinamentos para inspetores em protocolos orgânicos, biodinâmicos e de mercado justo.

**Selo LEED (leadership in energy and environmental design)**, O selo LEED desenvolvido pelo USGBC – United States Green Building Council (Conselho de Compras Verdes dos Estados Unidos) em 1998 é destinado a construções, garantindo que estas possuem um desempenho ambiental correto.

Para obter esta certificação voluntária é necessário respeitar exigências como uso racional da água, eficiência energética e redução das emissões de dióxido de carbono. Pela sua flexibilidade, pode ser adotado em diferentes tipos de edifícios tanto comerciais quanto residenciais. Sendo mais comuns no primeiro devido ao marketing empresarial.

A realização da construção em lugares já antes modificados é um fator importante, assim preservam-se as áreas naturais ainda não atingidas pela urbanização. Reconhecendo que isto é necessário para o equilíbrio ambiental. Evitar o crescimento desordenado da área urbana por meio de novos edifícios significa reduzir também o surgimento de novas vias de acesso que impactariam ainda mais o meio natural.

Para obter a eficiência energética opta-se por fontes renováveis de energia, por vezes gerada no próprio local. Outro fator levado em consideração é o gerenciamento do descarte de resíduos. São estimuladas a reutilização dos materiais e a redução dos resíduos.

Pela eficiência na aplicação das variáveis exigidas, esta certificação possui reconhecimento internacional. Segundo a revista *Infra*, o Brasil ocupa o quinto lugar no ranking mundial pela procura do selo LEED. De acordo com pesquisa publicada pela mesma em 2008 três empreendimentos no Brasil conquistaram a certificação LEED (em 2007, apenas um recebeu o selo) e 44 novos projetos já foram registrados para conseguir o LEED, um crescimento de 100% em relação ao ano anterior. Até janeiro, havia 89 empreendimentos em processo de certificação.

Como se pode perceber o número de certificações LEED no Brasil assim como sua solicitação cresce cada vez mais. Então, seria interessante trabalhar com empresas que já conquistaram esse selo.

**Selo Fair Trade**, uma das possíveis traduções de Fair Trade é comércio justo. Nesse sentido o selo funciona como:

“Comércio justo consiste em uma parceria comercial, baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável através do oferecimento a produtores marginalizados de melhores condições de troca e maiores garantias de seus direitos.” (*Conferência anual da IFAT, Arusha, Tanzânia, junho 2001*).

A obtenção do Selo Fair Trade se dá através do respeito aos critérios de preços justos, boas condições de trabalho, desenvolvimento local sustentável, transparência nos negócios, respeito ao meio ambiente, parcerias de longo prazo, prestação de contas, entre outros.

O consumo dos produtos Fair Trade vem aumentando em todo o mundo. Estes consumidores mostram-se em sua maioria dispostos a consumir tais produtos mesmo em meio a uma recessão do mercado. Essa atitude demonstra o quanto o consumidor aos poucos se torna mais consciente sobre a necessidade de produtos que atendem as necessidades ambientais.

“Pesquisas sugerem que os produtos do Comércio Justo certificado são uma das últimas coisas que os consumidores estão dispostos a sacrificar pela recessão. Uma investigação recente (1) demonstra, que apesar de sentir a crise, os 92% dos consumidores seguem dispostos a pagar mais por um produto que tem uma certificação ética e o Selo FAIRTRADE – Comércio Justo é o selo de garantia preferido pelos consumidores. Segundo um estudo de consumidores que foi organizado em dez países, 68% dos consumidores são leais a uma marca em situações de crise, se esta marca apóia uma boa causa (2). Uma reportagem do Banco “The Cooperative Bank” demonstra que a recessão não freia o consumo ético e o Comércio Justo (3).” (Nota de Imprensa divulgada em <http://juventudesolidaria.blogspot.com/2009/03/nota-de-imprensa-fairtrade-comercio.html> em 2 de março de 2009)

**Selo ABNT**, o selo ABNT de qualidade ambiental foi uma consolidação em nível nacional das normas estabelecidas e divulgadas pela ISO 14.001. Para efeito de selos de caráter ambiental a instituição trabalha atualmente com duas certificações, segundo dados disponíveis no sítio.

**Certificado do Rótulo Ecológico ABNT - Selo Verde-Qualidade Ambiental:** Este certificado tem como objetivo atestar se um produto está em conformidade com critérios ambientais de excelência, para uma determinada categoria de produtos. Identifica aqueles com menor impacto ambiental em relação a outros produtos compatíveis, disponíveis no mercado.

**Certificado de Manejo Florestal Sustentável ABNT/CERFLOR:** É o certificado concedido a uma unidade de manejo florestal administrada segundo os princípios, critérios e indicadores de sustentabilidade florestal ABNT/CERFLOR.

**Selo ECOCERT, a ECOCERT** é uma certificadora autônoma do Brasil. Possui reconhecimento internacional e atua no mercado há quinze anos. Seus selos são destinados a produtos orgânicos. Para constatar as condições dos produtores aspirantes ou daqueles que já possuem a certificação são realizadas auditorias periodicamente.

Mais de 5000 empresas já possuem este certificado, consolidando ainda mais sua importância no mercado. A atuação desta certificadora se estende ainda a disseminação de políticas como a promoção de valores éticos entre as partes envolvidas, o respeito ao meio ambiente e aos seres humanos.

A certificação sócio-ambiental fornecida pela ECOCERT garante ao consumidor o respeito ao meio natural e a sociedade como um todo. Comprovando a origem legal e o uso racional dos recursos da natureza.

#### **4 CONCLUSÃO**

Elaborar este trabalho foi de fundamental importância para perceber o papel essencial do poder público na promoção do desenvolvimento sustentável. Só através do comprometimento verdadeiro e da ousadia para inovar quando preciso se pode melhorar a gestão pública.

A licitação sustentável pode ser um potente instrumento dessa promoção. O Estado de São Paulo é um exemplo disso, a cada ano o número de fornecedores certificados cresce. Os

preços dos produtos certificados, por sua vez, estão diminuindo pouco a pouco. O medo pelas impugnações que afirmam inconstitucionalidade dos critérios ambientais nos processos licitatórios já cessou, devido ao amparo jurídico inquestionável que constata a legitimidade da inserção dos critérios ambientais.

É preciso, agora, que mais estados e municípios venham a aderir esta prática para fortalecer ainda mais o mercado do consumo consciente. É necessário superar o medo inicial de aumentar demais os gastos, vimos aqui uma estratégia para isto. Somente aderindo a inovação se poderá conseguir com o tempo uma produção que atenda as necessidades da sociedade contemporânea de preservar o planeta e a população humana de desastres ambientais ainda maiores.

## REFERÊNCIAS

ABNT. **Associação Brasileira de Normas Técnicas**. Acesso em: 08/08/09. Disponível em: <  
<http://www.abnt.org.br/default.asp?resolucao=800X600>>

**BALANÇO SOCIAL**. Acesso em : 03/01/09. Disponível em: <  
<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>

BUCOLLO, Márcia Heloísa; Sustentabilidade não se estimula por decreto. **Valor Econômico**, 08.08.2008

CADTERC. **Cadastro de Serviços Terceirizados**. Acesso em: 13/08/09. Disponível em: <http://www.cadterc.sp.gov.br/>

ECOCERT. Acesso em: 15/08/09. Disponível em < <http://www.ecocert.com.br>>

FSC. **Conselho Brasileiro de Manejo Florestal**. Acesso em 17/08/09. Disponível em: < <http://www.fsc.org.br/>>

GBC BRASIL. Acesso em: 07/06/09. Disponível em: < <http://www.gbcbrasil.org.br/pt/index.php?pag=certificacao.php>>

GOVERNO FEDERAL. **Ministério do Meio Ambiente**. Licitação Sustentável. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=conteudo.monta&idEstrutura=36&idConteudo=7488&idMenu=7626>> Acesso em: 04/03/08

IBASE. Acesso em: 04/05/09. Disponível em:< <http://www.ibase.br/>>

IBD. Instituto Biodinâmico. Acesso em: 15/06/09. Disponível em: < <http://www.ibd.com.br/>>  
IDÉIA SOCIOAMBIENTAL. **Compras públicas sustentáveis**. Acesso em 09/03/09  
Disponível em: < [http://www.ideiasocioambiental.com.br/boa\\_ideia.php](http://www.ideiasocioambiental.com.br/boa_ideia.php)>

NOTA DE IMPRENSA FAIRTRADE. Acesso em: 03/08/09. Disponível em: < <http://juventudesolidaria.blogspot.com/2009/03/nota-de-imprensa-fairtrade-comercio.html>>

PARTIDO VERDE. **Licitações Sustentáveis**. Disponível em: < [http://www.verde.org.br/mostra\\_conteudo.php?id=23](http://www.verde.org.br/mostra_conteudo.php?id=23)> Acesso em: 08/05/09

PEARCE, Fred. **O Aquecimento Global**: causas e efeitos de um mundo mais quente. São Paulo: Publifolha, 2002. 72 p. (Série mais ciência).

RESPONSABILIDADE SOCIAL. Acesso em: 04/03/09. Disponível em <<http://www.responsabilidadesocial.com/>>

SÃO PAULO.(Estado).Secretaria do Meio Ambiente. **Licitação Sustentável**. Disponível em: < <http://www.ambiente.sp.gov.br/adminisLicitacoes.php>> . Acesso em: 04/03/09

SÃO PAULO.(Estado). **Sanções**. Acesso em : 07/06/09. Disponível em: <http://www.sancoes.sp.gov.br/>

SÃO PAULO.(Estado). **Compras sustentáveis**. Acesso em 05/08/09. Disponível em : < <http://www.comprassustentaveis.net/>>

STOCCO ;Luciana Betiol;FURRIELA; Rachel Biderman.**Políticas públicas sustentáveis como incentivo à inovação e à produção sustentável**.

USSIER, Luiz Fernando; ARAÚJO, Marcela Renata Rodrigues; GONÇALVES, Renata Franco de Paula; CAMPANATTI, Viviane. **Gestão do Meio Ambiente**: longo caminho até a

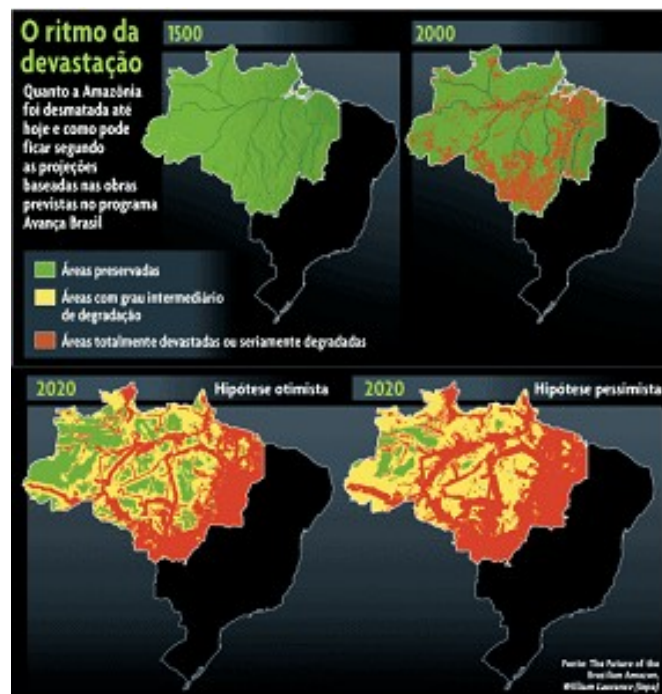
incorporação dos princípios de melhoria contínua de desempenho ambiental no processo de licenciamento.

WWF. **Relatório Planeta Vivo** 2006. Disponível em:

<[http://assets.wwf.org.br/downloads/wwf\\_brasil\\_planeta\\_vivo\\_2006.pdf](http://assets.wwf.org.br/downloads/wwf_brasil_planeta_vivo_2006.pdf)>

ANEXOS

ANEXO A-  
DEVASTAÇÃO



MAPA DA  
NO BRASIL

ANEXO B - CATÁLOGO COM ALGUNS PRODUTOS E OS RESPECTIVOS  
FORNECEDORES QUE POSSUEM O SELO FSC

**CATÁLOGO DE PRODUTOS CERTIFICADOS**

**Produto: Móveis de Escritório**

Empresa	Dados
Treboll Móveis Ltda.	Trav Felisberto da Silva, s/n Flores da Cunha, Rio Grande do Sul- CEP 95270-000 Brasil T +55 (54) 3292 9400 F +55 (54) 3292 9401 alberto@treboll.com.br www.treboll.com.br
Piatan Interiores Ltda.	Rua dos Rodrigues, 103 São Paulo , Capital - Brasil CEP 02750-000 T +55 11 3936 1081 F +55 11 3936 1081 piatan@piatan.com.br www.piatan.com.br
M.N. Naves Móveis Ltda.	Rua Porfírio Herdeiro, 415 Taboão da Serra, São Paulo -Brasil T +55 11 4787 6622 F +55 11 4135 3533 corina@moveisnaves.com.br www.moveisnaves.com.br
Fenix Indústria de Móveis Itatiba Ltda.	Rodovia Engenheiro Constâncio Cintra, S/N - km 86 Itatiba, São Paulo - Brasil T +55 11 4487 6300 F +55 11 4487 6307 carlos.bianchi@moveisfenix.com.br www.moveisfenix.com.br
Marcenaria E. A. A. Carmona Ltda.	Avenida Rosa Belmiro Ramos, 250, Valinhos, São Paulo

	CEP 13275-400 Brasil T +55 19 3871 0288 F +55 19 3871 0288 lissa@etelinteriores.com.br www.etelinteriores.com.br
Aver Amazônia Ltda.	Rua Pólo Moveleiro, s/n Xapuri, Acre CEP 69930.000 Brasil T +55 68 3542 2022 etel@etelinteriores.com.br www.averamazonia.com.br

<b>Produto: Mesas</b>	
<b>Empresa</b>	<b>Dados</b>
Tramontina Belém S/A	Distrito industrial de Icoaraci Belém, Pará - Brasil CEP 66815-590 T +55 91 3211 7700 F +55 91 3211 7701 danilson@tramontina.net www.tramontina.com.br
Trebol Móveis Ltda.	Trav Felisberto da Silva, s/n Flores da Cunha, Rio Grande do Sul -Brasil CEP 95270-000 T +55 (54) 3292 9400 F +55 (54) 3292 9401 alberto@treboll.com.br www.treboll.com.br
Tora Brasil	Al. Gabriel Monteiro da Silva, 1374 São Paulo, São Paulo CEP 01442-001 Brasil T +55 11 3068 8880

	<p>cristiano@torabrasil.com.br www.torabrasil.com.br</p>
Piatan Interiores Ltda.	<p>Rua dos Rodrigues, 103- São Paulo, São Paulo CEP 02750-000 Brasil T +55 11 3936 1081 F +55 11 3936 1081 piatan@piatan.com.br www.piatan.com.br</p>
LL Design Ltda.	<p>R. Aspicuelta,248 - São Paulo, São Paulo CEP 05433-010 Brasil T +55 11 3031 1300 F +55 11 3812 0395 juliana@llassamarcenaria.com.br www.llassamarcenaria.com.br</p>
Fenix Indústria de Móveis Itatiba Ltda.	<p>Rodovia Engenheiro Constâncio Cintra, S/N - km 86 Itatiba, São Paulo CEP 13251-800 Brasil T +55 11 4487 6300 F +55 11 4487 6307 carlos.bianchi@moveisfenix.com.br  www.moveisfenix.com.br</p>
Marcenaria E. A. A. Carmona Ltda.	<p>Avenida Rosa Belmiro Ramos, 250 - Valinhos, São Paulo CEP 13275-400 Brasil T +55 19 3871 0288 F +55 19 3871 0288 lissa@etelinteriores.com.br www.etelinteriores.com.br</p>
Famossul Móveis AS	<p>Avenida Paraná, s/n - Pien , Paraná CEP 83860-000 Brasil</p>

	<p>T +55 41 3632 1227  F +55 41 3632 1233  pcp@famossul.com.br  www.famossul.com.br</p>
Aver Amazônia Ltda.	<p>Rua Pólo Moveleiro, s/n  Brasil- Xapuri, Acre CEP  69930.000  T +55 68 3542 2022  etel@etelinteriores.com.br  www.averamazonia.com.br</p>
Butzke Importação e Exportação Ltda.	<p>Rua Fritz Lorenz, 4879 Timbó,  Santa Catarina CEP 89120-000  Brasil  T +55 47 3382 4000 ramal 219  F +55 47 33824000  thomas@butzke.com.br  www.butzke.com.br</p>
Artefama S.A.	<p>Rod BR 280, 566- São Bento do  Sul, Santa Catarina CEP 89290-000  Brasil  T +55 47 3631 1200  F +55 47 3631 1321  jonas@artefama.com.br  www.artefama.com.br</p>

<b>Produtos de Papel</b>	
--------------------------	--

Klabin SA (Unidade Betim)	<a href="mailto:ajssilva@klabin.com.br">ajssilva@klabin.com.br</a>
---------------------------	--

	<a href="http://www.klabin.com.br">www.klabin.com.br</a> Av. Engº Gerhard Ett, 600 Betim, Minas Gerais CEP 32530-480 Brasil T +55 31 3539 3842 F +55 31 3539 3848
--	---

<a href="#">BPG Embalagens Ltda.</a>	<a href="http://www.boxprint.ind.br">www.boxprint.ind.br</a> <a href="mailto:paulor@boxprint.com.br">paulor@boxprint.com.br</a> Avenida Pernambuco, 1124 - Porto Alegre, Rio Grande do Sul CEP 90240-001 Brasil T +55 51 2111 4544 F +55 51 3337 2324
--------------------------------------	--

<a href="#">Igel S/A. - Embalagens</a>	<a href="http://www.igel.com.br">www.igel.com.br</a> <a href="mailto:max@igel.com.br">max@igel.com.br</a> Avenida das Indústrias, 1145 Cachoeirinha, Rio Grande do Sul CEP 94930-230 Brasil T +55 (51) 3041 8300 F +55 (51) 3041 8387
--	--

Mais dados disponíveis em : <http://www.brasil.fsc-products.org/>

