

TOP CIDADANIA 2023

CATEGORIA ORGANIZAÇÃO

Modalidade

Sustentabilidade

VIAÇÃO OURO E PRATA

Case

**VIAGEM E SUSTENTABILIDADE ANDAM
JUNTAS:
VIAÇÃO OURO E PRATA 1º EMPRESA DE
ÔNIBUS CARBONO NEUTRO**

RESPONSÁVEL PELO CASE
THAIS MENEGAT CANSAN



ÍNDICE

Introdução.....	01
Diagnóstico inicial.....	03
Objetivo geral.....	04
Objetivos específicos.....	04
Local onde foi desenvolvida a ação.....	05
Público alvo.....	05
Metodologia utilizada.....	05
Formas de articulação e participação do público beneficiado.....	09
Referencial teórico.....	10
Metodologia de avaliação e mensuração dos resultados.....	12
Orçamento.....	12
Recursos Humanos.....	13
Parcerias.....	14
Resultados.....	14
Descrição de estratégias e futuras ações.....	16
Conclusão.....	17
Bibliografia.....	18
Informação da autora.....	19

Sinopse

O projeto *Viagem e sustentabilidade andam juntas*, lançado em julho de 2022, tem por finalidade neutralizar a emissão de gás carbônico de cada viagem de ônibus adquirida no site da Viação Ouro e Prata a partir do aceite e participação do passageiro. Dessa forma, a empresa cumpre com seu objetivo de promover ações direcionadas ao cuidado do meio ambiente. No mesmo ano, a empresa conseguiu neutralizar 1.631 passagens, sendo 862 no Rio Grande do Sul, totalizando mais de duas toneladas de CO2 compensadas. O valor da participação na neutralização é revertido em projetos certificados de proteção climática e ambiental que seguem padrões e normas internacionais.

Esta nova funcionalidade foi incorporada no site da empresa para reduzir ainda mais os impactos causados pela sua operação no meio ambiente. A Ouro e Prata já possui diversas práticas sustentáveis, como reciclagem e gerenciamento de resíduos, captação e reutilização de água da chuva, central de tratamento da água utilizada na lavagem dos ônibus e programa de redução de emissão de CO2. Ao iniciar esse novo serviço, introduz no mercado rodoviário uma nova forma de responsabilidade social corporativa com uma ação direta de retorno benéfico ao meio ambiente.

Introdução

Em setembro de 1939 os irmãos Wily Eugenio Fleck e Raimundo Fleck fundaram a Crissiumal com uma pequena frota: um caminhão de passageiros misto e dois caminhões de carga da marca Ford. No ano seguinte, em processo de crescimento, eles adquirem o primeiro ônibus fechado, pioneiro absoluto na região. Havia, na época, um ônibus e três caminhões de carga para transporte de fumo e mercadorias.

Em 28 de dezembro de 1944, com o constante crescimento do município de Três Passos, no interior do Rio Grande do Sul, a empresa decidiu abrir uma oficina nesta localidade. Era o início da expansão. Uma das primeiras medidas foi a mudança de nome de “Crissiumal” para “Pioneira”, antecessora da Viação Ouro e Prata S/A - criada em 09 de agosto de 1948. Ali começava o caminho do crescimento.

Trabalhando com linhas de ônibus que conectavam quase todas as cidades do Alto Uruguai com Ijuí, Santo Ângelo e Santa Rosa, a empresa alargou os horizontes de seu campo de ação ligando a Região da Fronteira à capital gaúcha. Nos anos 90 a empresa começou a atender viagens além do Rio Grande do Sul, passando pelos estados de Santa Catarina, Paraná, Mato Grosso do Sul e Mato Grosso. Em 2006 estendeu uma linha até Santarém, no Pará.

Em 2015 a Ouro e Prata passou a atender mais cidades no Centro Oeste. É criada também uma extensão da linha Porto Alegre x Santarém, que parte de Santarém até Belém do Pará. No mesmo ano inicia a operação das linhas que

começam em São Carlos (SP) e terminam no Rio Grande do Sul. Em 2016 a empresa passou a atender os estados de Goiás, Tocantins e Maranhão.

Atualmente a Ouro e Prata conta com mais de 250 ônibus em sua frota nacional, atendendo mais de 400 destinos, rodando mais de 41 milhões de quilômetros e transportando mais de 2 milhões de passageiros por ano no período pré-pandemia. Em 2022 a empresa fechou o ano transportando 1,8 milhões passageiros no país.

O setor de transporte proporciona grande gama de benefícios para a sociedade, fato é que a atividade também gera impactos ambientais bastante significativos. De modo geral: atmosférica, pela emissão de gases; sonora, causada pelos ruídos dos motores; hídrica, pela contaminação da água e do solo por lubrificantes e combustíveis. Procedimentos de redução ou de eliminação dos impactos ambientais pedem uma análise específica para cada caso. Mas, antes mesmo de tudo isso, medidas mais simples podem ser adotadas.

A Viação Ouro e Prata possui seis valores em sua estratégia organizacional: segurança na operação; encantamento dos clientes; foco nos resultados; valorização das pessoas; melhoria contínua e responsabilidade socioambiental. Sua trajetória sempre foi marcada pela visão sustentável ao preservar recursos naturais para trazer os melhores resultados para o meio ambiente e para as pessoas.

A empresa capta e reutiliza água da chuva nas dependências da empresa, possui central de tratamento para reutilizar água da lavagem dos ônibus, possui programa de redução de emissão de CO₂, gerencia e recicla seus resíduos com objetivo de reduzir o descarte e reintroduzir os materiais para uso novamente.

É dentro desse contexto de compromisso ambiental que podemos situar o projeto “*Viagem e sustentabilidade andam juntas*”, implementado em julho de 2022, e que tem como resultado mais de 4 mil toneladas de CO2 compensadas pela adesão à iniciativa no momento da compra da passagem de ônibus. Ao mesmo tempo, ele oportuniza um processo de conscientização dos clientes para o consumo mais consciente.

Diagnóstico inicial

O CO2 é considerado o grande vilão do efeito estufa, principal responsável pelo aquecimento global. Os impactos deste inconveniente são devastadores: aumento no volume dos oceanos e das temperaturas, extinção de biomas, alteração da química do planeta, extinção e migração das espécies, entre outras consequências. Por isso, a compensação de carbono, uma tentativa de neutralizar na atmosfera o gás carbônico emitido e absorvido nos últimos anos, é essencial para evitar desastres piores no futuro.

O Brasil teve o segundo maior aumento de emissões de gases de efeito estufa em um período de quase duas décadas. Registrado em 2021, o volume cresceu 12,5% e chegou a 2,4 bilhões de toneladas brutas, inferior apenas ao registrado em 2003, quando subiu 20%. Esses dados são do relatório Observatório do Clima, produzido pelo Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia (Ipam) e outras entidades parceiras. Tal como em anos anteriores, as mudanças do uso da terra responderam pela maior parte das emissões brutas brasileiras em 2021: 1,18 bilhão de toneladas de CO2 equivalente, representando 49% do total nacional naquele ano.

Entre tantas ações e projetos ambientais, a Ouro e Prata, na comemoração de seu aniversário em 2021, participou de uma ação de reflorestamento em uma área de preservação permanente na cidade de Gravataí/RS com o objetivo de compensar a emissão de carbono feita pela empresa. O sucesso e repercussão da iniciativa entre os colaboradores fez com que a empresa montasse um grupo de trabalho formal, composto pela equipe de Marketing e Relacionamento com o cliente, que se reúne mensalmente com a Diretoria e a área comercial a fim de debater sobre novas oportunidades de projetos e ações ligados ao tema. Em uma dessas reuniões surgiu a ideia da empresa incorporar a compensação de carbono das viagens realizadas pela Viação Ouro e Prata.

Objetivo geral

Implantar um processo de neutralização de emissão de gás carbônico das viagens da Viação Ouro e Prata a partir do momento da compra da passagem, com a participação do cliente, reduzindo a emissão de CO₂ e promovendo a conscientização ambiental.

Objetivos específicos

- Compensar as emissões de gases de efeito estufa nas viagens realizadas pela empresa;
- Incentivar o cliente a comprar a passagem com neutralização de carbono e conscientizar para a importância de reduzir as emissões de gases de efeito estufa.

- Fortalecer a imagem da empresa como uma organização ambientalmente responsável;
- Ser a pioneira no setor rodoviário e a implementar a neutralização de emissão de carbono em suas viagens.

Local onde foi desenvolvida a ação

A matriz da Ouro e Prata está no Rio Grande do Sul, em que o projeto recebe especial atenção em sua implantação, na medida que pode se tornar referência para a atuação da empresa nos demais estados brasileiros (10). A venda das passagens é realizada no site da empresa, possibilitando a qualquer pessoa, em qualquer lugar e destino, escolher pela possibilidade de neutralizar a sua emissão de carbono.

Público alvo

Todas as pessoas que possuem interação com a Viação Ouro e Prata, principalmente usuários de ônibus de transporte intermunicipal e interestadual. Atualmente o site da empresa corresponde a 16% do total de vendas de passagens. Considerando apenas o mercado do Rio Grande do Sul, o público gaúcho é o que mais adquire bilhetes no formato digital, chegando ao total de 29% das transações.

Metodologia utilizada

Durante os encontros do grupo de trabalho, formado por membros da empresa, são discutidas ideias e a viabilidade para implantação de novos projetos e ações. A linha do tempo explicita como o projeto tomou forma e foi implantado na Ouro e Prata.

- o **Setembro 2021:** Após a Viação Ouro e Prata realizar o reflorestamento de uma área de preservação ambiental na cidade de Gravataí/RS surgiu o desejo da empresa continuar promovendo ações constantes direcionadas ao cuidado do meio ambiente. Neste contexto, a empresa reuniu um grupo de trabalho a fim de debater possíveis projetos ambientais e surgiu a ideia de compensar o carbono das viagens realizadas pela Viação Ouro e Prata.
- o **Outubro 2021:** A ideia de compensação de carbono foi apresentada para a Diretoria da empresa, sócios e acionistas e aprovada junto ao Conselho familiar.
- o **Novembro 2021:** Levantamento de empresas que pudessem viabilizar o projeto. Era preciso encontrar parceiros sérios e que ajudassem em todas as etapas, como:
 - **Etapa 1:** curadoria de projetos ambientais certificados por órgãos internacionais que a Ouro e Prata pudesse apoiar;
 - **Etapa 2:** elaboração de um sistema, junto ao e-commerce da Ouro e Prata, em que fosse possível fazer a arrecadação das doações;
 - **Etapa 3:** transferência dos valores arrecadados no site da Viação Ouro e Prata para os projetos selecionados;
 - **Etapa 4:** Emissão de relatórios e reports dos valores investidos nos projetos ambientais através de um portal de transparência, contendo o CO2 compensado e os valores investidos.

- o **Dezembro 2021:** Escolha do parceiro Eccaplan Consultoria em Sustentabilidade para seguir junto com a Ouro e Prata neste projeto. A Eccaplan é uma empresa que desenvolve e implementa estratégias, produtos e serviços que viabilizam a geração de valor através de práticas socioambientais inovadoras.
- o **Janeiro a Março 2022:** Desenvolvimento da ferramenta dentro do e-commerce da Viação Ouro e Prata. A Eccaplan, junto com a equipe de Tecnologia da empresa, implementou a funcionalidade no site para arrecadar as doações e posteriormente transferi-las para os projetos parceiros.
- o **Abril e Maio 2022:** Início do período de testes com as equipes internas da Viação Ouro e Prata envolvidas na operação: SAC, comercial, administrativo, contas a pagar, contas a receber, jurídico e marketing. Os testes simulavam desde a compra de passagem no site até o fluxo de caixa para verificar o repasse das doações.
- o **Junho 2022:** Início do trabalho de divulgação do projeto para o público interno da Viação Ouro e Prata e organização do plano de divulgação externa através da assessoria de imprensa.

Ações de endomarketing realizadas com o público interno:

- Live com a Diretora Luana Fleck explicando sobre o projeto para os colaboradores;

- Vídeos e cards postados no Workplace (plataforma de comunicação interna dos colaboradores);
- Instalação de adesivos nas áreas comuns e salas administrativas para chamar atenção dos colaboradores;
- Wallpaper nos computadores administrativos explicando a ação.

Ações de assessoria de imprensa com foco no público externo:

- Resgate do histórico de ações ambientais da empresa.
- Construção do press release e aprovação na empresa
- Follow com jornalistas e apresentação da proposta
- Acompanhamento diário das divulgações
- Relatório de resultados

- o **Julho 2022:** Lançamento do projeto para o mercado nas redes sociais da Ouro e Prata (cards e vídeos), anúncios em jornal impresso, spot de rádio e divulgação nos ônibus da empresa.

Como funciona o processo de neutralização na Viação Ouro e Prata?

Ao adquirir a passagem pelo e-commerce da Viação Ouro e Prata, na etapa de pagamento, o passageiro poderá neutralizar a emissão de gás carbônico da sua viagem, através de um aceite e um valor simbólico (R\$1,60 por passagem).

A quantia arrecadada é revertida para projetos brasileiros certificados de proteção climática e ambiental que seguem padrões e normas internacionais como Verified Carbon Standard e ONU.

Ao optar pela passagem carbono neutro, o passageiro recebe um e-mail com o demonstrativo informando qual projeto foi apoiado e a quantidade de emissão de CO2 equivalente que foi compensado.

Plantio de árvores para compensação de carbono

O plantio de árvores é uma das práticas mais comuns para auxiliar na neutralização do carbono. As plantas, durante o crescimento, absorvem o dióxido de carbono da atmosfera e liberam oxigênio. O carbono fica retido em toda a estrutura da árvore – tronco, galhos, folhas e raízes. Para realizar a neutralização correta, é preciso estimar quanto a empresa lançou de gases de efeito estufa na atmosfera e calcular a quantidade de árvores que ela precisará plantar para compensar o impacto.

As mudas utilizadas são geralmente de espécies nativas de uma determinada área e não podem ser plantadas em qualquer lugar. É preciso ter alguma relevância ecológica no plantio. São necessárias, em média, de 5 a 7 árvores nativas para obter uma compensação de uma tonelada de CO2.

Forma de articulação e participação do público beneficiado

Para articular o projeto, a Viação Ouro e Prata desenvolveu ações para colaboradores, clientes e seguidores - seus principais *stakeholders*. A principal forma de articulação se deu através de investimento em redes sociais, assessoria de imprensa e anúncios em rádio e jornal.

Em junho de 2022 foi realizado trabalho de assessoria de imprensa, com aproximação dos principais veículos de comunicação de grande audiência e os

especializados. As ações de divulgação para colaboradores contaram com lives, material para canais internos de comunicação e ambientação dos locais de trabalho.

Para o mercado, no mês seguinte, foram desenvolvidos materiais para as redes sociais da Ouro e Prata (cards e vídeos), anúncios em jornal, rádio e divulgação nos ônibus da empresa. O investimento em digital é uma estratégia necessária para alcançar mais clientes e aumentar a conversão de vendas.

Referencial Teórico

O aumento excessivo das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) na atmosfera está provocando um desequilíbrio ambiental significativo, contribuindo de forma alarmante para o aquecimento global. Como resposta a essa ameaça, acordos internacionais como o Protocolo de Quioto (1997) e o Acordo de Paris (2015) estabeleceram compromissos firmes entre os países signatários para reduzir essas emissões e minimizar os impactos do aquecimento global.

Esse aumento da conscientização sobre as mudanças climáticas faz com que cada vez mais empresas e organizações busquem maneiras de reduzir e compensar suas emissões de carbono através de projetos de mitigação, como incentivos para o uso de energia renovável, práticas agrícolas regenerativas e iniciativas de preservação e recuperação florestal. O Brasil, devido à sua vasta extensão territorial, rica biodiversidade, tem grande potencial para liderar esse tipo de iniciativa.

O mercado também tem exigido empresas comprometidas com ações de responsabilidade socioambiental. Uma empresa que busca reduzir seus impactos demonstra a seus stakeholders que está comprometida com práticas sustentáveis e inovativas e que pensa pensando no futuro da sociedade. As condições atuais que

acompanham a vivência social exigem respostas diferentes no modelo de gestão das organizações, que passam a prever novas respostas aos serviços que executam, acompanhando a tendência global de responsabilidade social corporativa.

Autores como Peter F. Drucker, Jay Galbraith, Bill Gates, Michael E. Porter, Don Tapscott, entre outros, enfocam as mudanças fundamentais na situação econômica mundial, na natureza das organizações, e a necessidade de um novo referencial na gestão dos negócios, uma abordagem fundamentalmente inovadora à maneira de pensar para poder compreender e tratar as novas realidades. (Tachizawa, 2019, p.36)

Como responder a essas novas realidades? Como se comprometer com os resultados sociais oriundos das entregas feitas pelas empresas? Diante desse cenário, a busca pela redução e neutralização do carbono gerado pelas atividades humanas (produtos, serviços, construções e eventos) é uma atitude positiva para evitar o desequilíbrio do efeito estufa. Através da neutralização do carbono, pessoas, empresas e iniciativas assumem a responsabilidade pelo impacto que geram no planeta, compensando suas emissões de GEE. Podemos entender aqui que está estabelecido um dos caminhos para alcançar a mitigação de carbono e uma produção mais limpa, contribuindo com a restauração dos ecossistemas e biodiversidade.

A indústria de transportes é responsável por 14% de todo o CO₂ emitido globalmente, segundo o IPCC – Painel Intergovernamental para a Mudança de Clima da ONU. No Brasil, o setor energético foi responsável por cerca de 18% das emissões totais de CO₂ em 2020, segundo o Sistema de Estimativas de Emissões e Remoções de Gases de Efeito Estufa – SEEG. Desse montante, o setor de transportes foi responsável por cerca de 47%, com tendência de aumento. Por isso, não se pode apostar apenas no processo de descarbonização do transporte pela matriz energética (uso do etanol, gás natural e biometano, por exemplo) para dar

conta da necessária redução de emissões. É preciso pensar em soluções em que as pessoas sejam agentes da mudança.

Tachizawa aponta que este movimento de repensar a responsabilidade da empresa com suas produções envolve uma mudança de paradigma, um novo jeito das organizações deixarem suas marcas na sociedade através da sustentabilidade.

Gestão ecológica é o exame e a revisão das operações de uma empresa da perspectiva da ecologia profunda, ou do novo paradigma. É motivada por uma mudança nos valores da cultura empresarial, da dominação para a parceria, da ideologia do crescimento econômico para a ideologia da sustentabilidade ecológica. Envolve uma mudança correspondente do pensamento mecanicista para o pensamento sistêmico e, por conseguinte, um novo estilo de administração conhecido como administração sistêmica. (Tachizawa, 2019, p.48)

Esse novo estilo de gestão é necessário nos dias para dar conta de um mundo que evoluiu freneticamente e precisa dar conta de suas responsabilidades. Enquanto sociedade, somos convidados a agir. Somos questionados sobre os impactos de nossas escolhas. Para mudar, precisamos de conhecimento e a sua busca traz em si o desafio do aprendizado para ampliar a consciência, onde a questão central não é aprender ou não, mas sim como esse ato ocorrerá. Enquanto adultos, o processo de aprendizagem se difere na atitude de aprender o conteúdo, que precisa gerar sentido e, conseqüentemente, levar à vontade de agir. Também é papel das empresas participar desse processo de aprendizagem fomentando formas de participação das pessoas no processo.

Metodologia de avaliação e mensuração dos resultados

Para avaliar e mensurar os resultados do projeto, a Ouro e Prata acompanha mensalmente, em reuniões com sua diretoria, alguns indicadores como:

- Taxa de adesão ao projeto no momento da compra;

- Valor arrecadado;
- Estados que mais compensaram carbono;
- Quantidade de carbono compensado;
- Valor investido em tráfego pago x conversões de compra;
- Quantidade de pessoas atingidas pela mídia online.

Orçamento

O custo inicial para operacionalizar o projeto foi de R\$38.600, composto por:

- Investimento em sistema para a adaptação do e-commerce da Viação Ouro e Prata: R\$ 15.000
- Investimento em assessoria de imprensa: R\$ 5.300
- Produção de vídeo explicativo da ação: R\$ 5.000
- Adesivagem de ônibus para divulgação do Projeto: R\$ 4.800
- Investimento em redes sociais: R\$ 8.000
- Produção de adesivos para divulgação interna do projeto: R\$ 500

A manutenção mensal de publicidade online é de R\$ 200/mês.

Recursos humanos

Uma equipe multiprofissional é responsável pelo projeto Viagem e sustentabilidade andam juntas na Viação Ouro e Prata:

- Coordenadora de Marketing - responsável pela gestão do projeto e por fazer a ponte entre as diferentes áreas envolvidas.

- Analista de Marketing - responsável pela comunicação e divulgação do projeto no meio digital. Também é responsável por responder os clientes no meio digital.
- Analista de Performance - responsável por auditar as passagens vendidas com carbono neutro e apresentar mensalmente os números para diretoria.
- Coordenadora de Relacionamento - Responsável por responder as dúvidas dos clientes através das demais plataformas (e-mail, telefone, whatsapp) e solucionar qualquer inconsistência ou problema que possa acontecer com o programa.
- Analista financeiro - responsável pela conciliação das vendas das passagens com Carbono Neutro e repasse do valor arrecadado para o parceiro responsável.
- Tecnologia da informação - responsável pelo desenvolvimento da integração de sistemas entre o site e o parceiro, além da manutenção da ferramenta na plataforma digital.

Parcerias

A Ouro e Prata tem como parceira a Eccaplan, uma consultoria de sustentabilidade, responsável pelo desenvolvimento e implementação do projeto de neutralização de carbono. A empresa foi a escolhida para fazer a curadoria dos projetos ambientais apoiados pela empresa e emitir os relatórios e reports através de um portal de transparência, contendo o CO2 compensado e os valores investidos.

Resultados

1. RS é o estado que mais compensa carbono

Desde a implantação do projeto, em julho de 2022, as passagens emitidas com neutralização de carbono representam em média **1,5% do total de vendas**. Em nove meses, a Viação Ouro e Prata compensou mais de **14 toneladas** de CO2 em todo o Brasil, o que corresponde a mais de 600 mil quilômetros rodados.

O **Rio Grande do Sul é o estado que mais compensa carbono**. Das 2.328 passagens compensadas desde o início do projeto, **54% delas foram no estado gaúcho**, o que representa 1.272 passagens e quase **4 mil toneladas de CO2** compensadas.

Mês	Passagens neutralizadas no Brasil	Passagens Neutralizadas apenas no RS	Total de kg de CO2 compensados em todo Brasil
2022			
Jul	274	131	818,64
Ago	294	140	1501,65
Set	220	129	1642,20
Out	254	143	1918,31
Nov	260	130	2125,12
Dez	329	189	2421
2023			
Jan	243	143	1544,99
Fev	190	109	1431,73
Mar	264	158	1392,71
TOTAL GERAL	2328	1272	14.796,34

2. Mídia espontânea na imprensa: 80 citações

Durante a fase de divulgação do projeto foram veiculadas mais de 80 matérias espontâneas na mídia de todo o Brasil, gerando um retorno financeiro de mais de R\$ 400 mil. No Rio Grande do Sul, o tema foi destaque na coluna de Giane Guerra, jornalista referência na área de economia, do jornal Zero Hora.

3. Redes sociais: + de 1 milhão de pessoas alcançadas

O vídeo de divulgação da ação e as publicações nas redes sociais da Viação Ouro e Prata alcançaram mais de um milhão de pessoas.

4. Comprometimento do time de trabalho

O time envolvido no trabalho tem um orgulho de pertencer à criação do projeto de sustentabilidade. Trata-se de um projeto em desenvolvimento que crescerá a partir da priorização da empresa e da conscientização dos seus clientes. Os colaboradores da empresa conhecem a ideia, apoiam a iniciativa em redes sociais e sentem orgulho de acompanhar mais uma inovação na área de transportes.

5. Referência para setor de transportes

A criação da neutralização é um projeto pioneiro no setor de transporte rodoviário e pode ser referência para outras empresas que atuam na área de mobilidade. O assunto teve grande destaque na imprensa por ser inovador e inspirar outras organizações a estabelecer seu compromisso socioambiental desta forma. Atualmente a Eccaplan usa o case da Viação Ouro e Prata como referência em solução de neutralização de carbono para outras empresas de transporte no Brasil.

Descrição de estratégias e futuras ações

A Viação Ouro e Prata possui duas frentes de atuação para a continuidade do seu projeto: o aumento do percentual de vendas de passagens com neutralização de carbono e a oferta de mais locais para que o passageiro possa adquirir seu bilhete.

Objetivo 1:

Atualmente o percentual de compensação gira em torno de 1,5% sob o total de passagens vendidas no site da Ouro e Prata. A meta da empresa é que, em dois anos, aumente para 5% das vendas e, em cinco anos, 10% dos bilhetes emitidos tenham a compensação de carbono da viagem.

O aumento da compensação de carbono se dará através do investimento constante na divulgação do projeto nas redes sociais, por isso o investimento em publicidade online será aumentado e a adesão ao projeto acompanhada para atender a curva de crescimento ao longo dos próximos dois anos. Este objetivo está atrelado ao desenvolvimento da funcionalidade na venda presencial, visto que 80% das vendas ainda são presenciais.

Objetivo 2:

A possibilidade de compra de passagem com compensação de carbono acontece somente no site oficial da empresa. A segunda fase do projeto pretende oferecer esta funcionalidade para quem adquirir seu bilhete de forma presencial nas rodoviárias gaúchas onde a Ouro e Prata está presente. As equipes já trabalham no desenvolvimento desta tecnologia com o objetivo de oferecer esta funcionalidade em 2024.

Conclusão

O projeto “Viagem e sustentabilidade andam juntos” vem trazendo muitos desafios e gerando muitas lições. A Ouro e Prata é pioneira no setor rodoviário a implementar a neutralização de emissão de carbono nas suas viagens. Situação que traz o desafio de estabelecer um novo hábito no passageiro de pensar uma nova forma de consumo mais sustentável. Um desafio importante é estabelecer uma cultura de consumo mais sustentável para o passageiro, inclusive para sua viagem.

Ao reforçar seu compromisso socioambiental, a Ouro e Prata contribui com a redução dos impactos no meio ambiente e inspira outras empresas e pessoas a realizarem ações voltadas à sustentabilidade. Prova disso é a expansão do projeto, com projeções de investimento em publicidade e o desenvolvimento de novas formas de adesão a partir da venda de passagens de forma presencial, que hoje representam 80% do volume de vendas.

As ações em prol do meio ambiente e de nossa sociedade podem ser efetivas mesmo que em pequenos gestos e movimentos individuais, garantindo resultados duradouros e prósperos para todos.

Bibliografia

ALEXANDRE, Marcia. CARDOSO, Déborah. **Saber para transformar: o conhecimento como agente de mudanças**. Waycarbon, Belo Horizonte, 08 set. 2022. Disponível em:
<<https://blog.waycarbon.com/2022/09/saber-para-transformar-o-conhecimento-como-agente-de-mudancas/>> Acesso 05 mai. 2023.

ALVES, Ricardo Ribeiro. **Sustentabilidade empresarial e mercado verde: a transformação do mundo em que vivemos**. São Paulo: Editora Vozes, 2019.

Análise das emissões de gases de efeito estufa e suas implicações para as metas climáticas do Brasil 2023. **Seeg Brasil**. Disponível em: <<https://seeg.eco.br/>> Acesso em 24 abr. 2023.

ANTÓNIO, Nelson Santos, e outros. **A aprendizagem organizacional enquanto capacidade dinâmica**. Lisboa, Portugal. Actual Editora, 2017.

BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento sustentável: das origens à agenda 2030**. São Paulo: Editora Vozes, 2020.

Instituto de Conservação e Desenvolvimento Sustentável do Amazonas - **IDESAM**. Disponível em: <<https://idesam.org/>> Acesso 24 abr. 2023.

LOMBARDI, Antonio. **Créditos de Carbono e Sustentabilidade - Os caminhos do novo capitalismo**. São Paulo: Editora Lazuli, 2014.

Relatório sobre clima e desenvolvimento do país do Banco Mundial. **The World Bank**. Disponível em: <<https://www.worldbank.org/pt/country/brazil/brief/brasil-ccdr>> Acesso em 03 mai. 2023.

SENGE, Peter [et al;]. **Presença – Propósito humano e o campo do futuro**. São Paulo: Cultrix, 2007.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: os paradigmas do novo contexto empresarial – 9. ed.** São Paulo: Atlas, 2019.

TEIXEIRA, Cássio Adriano Nunes. **Neutralidade de carbono: reflexões sobre estratégias e oportunidades para o Brasil**. Revista do BNDES, Rio de Janeiro, v. 28, n. 56, p. 267-314, dez. 2021. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/22026/1/PR_Neutralidade%20de%20carbono_Revista%20BNDES_n.%2056.pdf> Acesso 05 mai. 2023.

TRENNEPOHL, Natascha. **Mercado de carbono e sustentabilidade: desafios regulatórios e oportunidades**. São Paulo: Saraiva, 2023.

YOUNG, C. E. F. **Economia verde no Brasil; Desapontamentos e possibilidades**. Política 4: 88-101, 2014. Disponível em: <https://www.academia.edu/28970322/Economia_verde_no_Brasil_desapontamentos_e_possibilidades>. Acesso 20 abr. 2023.

Informação da autora

Thais Menegat Cansan – Publicitária pela ESPM, pós-graduada em Marketing e com especialização em Comportamento do Consumidor. Atualmente atua como Coordenadora de Marketing e Endomarketing na Viação Ouro e Prata.