

PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE EM EMPRESAS COMO RESPOSTA AOS DESAFIOS DA GESTÃO AMBIENTAL

Mauro Silva Ruiz

Roberto Domenico Lajolo

Adriana Ponce Cerântola

Professores do MBA em Gestão Ambiental e Práticas de Sustentabilidade
do Instituto Mauá de Tecnologia

As empresas globais já compreenderam que o enfrentamento dos desafios relacionados com a busca pela sustentabilidade demanda a adoção de modelos de gestão avançados e de modelos de negócios que propiciem um diálogo aberto com a sociedade. Elas já se deram conta de que, sem uma definição clara de estratégias, não será possível obter resultados de curto prazo, nem a necessária sustentabilidade dos seus negócios em médio e longo prazos. A movimentação de grandes empresas na criação de gerências de sustentabilidade e de inovação está relacionada às preocupações com esses desafios.

Dada a importância dessa tendência, este texto visa dar publicidade a algumas práticas de sustentabilidade de empresas, que vêm sendo divulgadas como casos exemplares, porém, de forma isolada.

Cabe destacar que desenvolvimento sustentável é a perspectiva do desenvolvimento que considera a utilização dos recursos naturais no presente, para a produção de bens e serviços e melhoria da qualidade de vida da população, de forma equilibrada para não comprometer o uso desses recursos pelas gerações futuras. Isso pressupõe a adoção de ações que combatam os modelos de produção, os padrões de consumo e o estilo de vida da sociedade moderna, que geralmente resultam em intenso uso de recursos naturais e em degradação ambiental.

O entendimento da amplitude desse conceito é importante, pois entre os desafios da humanidade no século XXI destaca-se a necessidade de se construírem alternativas de desenvolvimento social e sustentáveis para o meio ambiente. Ao se incorporar essa preocupação, aborda-se a gestão ambiental num patamar que transcende os padrões tradicionais considerados nas políticas públicas e nas empresas. Nele, as questões sociais, econômicas e políticas estão intimamente associadas às ambientais, criando um quadro de complexidade de grandes desafios a serem enfrentados. É nesse cenário que iniciativas locais originais, sejam elas de empresas, ONGs, grupos organizados de cidadãos e municipalidades estão fazendo a diferença em todo do mundo.

Várias organizações no mundo, signatárias do Pacto Global, têm reportado suas evidências de comprometimento gradativo com a conservação ambiental. O Princípio 9 desse Pacto trata do compromisso com a inovação em tecnologias ambientalmente amigáveis. Esse e outros fatores têm levado algumas empresas a priorizar a inovação como uma abordagem estratégica da sustentabilidade, para diferenciação num mercado cada vez mais competitivo.

É o caso da Braskem, que há dois anos inaugurou a primeira planta de polietileno “verde” e que atualmente vem vislumbrando negócios, enfatizando fontes de matérias-primas renováveis (por exemplo, resinas vegetais) e definindo novas estratégias de pesquisas em biocombustíveis.

A Basf (Divisão de Tintas) vem reaproveitando de 120 a 150 toneladas por mês de PET (Politereftalato de etileno), adquirido de cooperativas de catadores de materiais recicláveis, como matéria-prima para a produção de resinas alquídicas, utilizadas na fabricação das tintas Suvinil.

A Tetra-Pak tem se destacado no cenário nacional e internacional por incentivar a coleta seletiva e investir na reciclagem de suas embalagens longa vida, com a inovação tecnológica em parceria com instituições de pesquisa e adoção de uma política de desenvolvimento de recicladores, que compram matéria-prima de aproximadamente 500 cooperativas de catadores.

A Natura produz sabonetes com base em gordura vegetal com embalagens concebidas para serem biodegradáveis. A empresa também desenvolveu um projeto para incentivar as consumidoras a recolherem as embalagens dos produtos de seus clientes e as encaminharem às cooperativas de reciclagem. Para a redução das emissões de CO₂, a empresa introduziu a venda de refis dos produtos, reduzindo substancialmente a circulação de embalagens no mercado.

Empresas globais do ramo de cimento, como a Holcim, também vêm estabelecendo metas de sustentabilidade “casadas” com estratégias de inovação, para melhorar a eficiência energética de seus processos produtivos, aumentar o uso de combustíveis alternativos, reduzir emissões de gases de efeito estufa e prospectar novas tecnologias, incluindo biocombustíveis.

A Faber-Castell foi uma das primeiras empresas de produtos de consumo a receber a certificação FSC - Forest Stewardship Council (Conselho de Manejo Florestal) no Brasil. Atualmente a empresa tem 9.600 hectares de florestas certificadas e exibe o selo na linha de produtos batizada de Ecolápis.

A rede de lojas Casas Bahia desenvolveu o programa “Amigos do Planeta” baseado no conceito dos 3Rs (redução, reutilização e reciclagem de materiais) que inclui ações de conscientização, mobilização e projetos de ecoeficiência para a redução do consumo de recursos naturais e energia elétrica. Como resultado, já encaminhou mais de 17.000 toneladas de materiais para reciclagem, contribuindo para a não utilização de mais de 22.000 m³ de aterros sanitários.

Cabe destacar, também, que foram empresas brasileiras as vencedoras de seis categorias do prêmio Global Reporting Initiative (GRI), realizado a cada dois anos: Banco do Brasil, Banco Bradesco, Vale e Natura Cosméticos.

Todas essas ações conjugadas demonstram que, mesmo as empresas brasileiras, já estão internalizando a sustentabilidade como um importante diferencial para a manutenção e promoção dos seus negócios. Mais importante que isso, é que

essas práticas possam servir de exemplo para que muitas outras empresas se engajem nesse movimento que ainda precisa ganhar amplitude e maior envergadura em âmbito global.

Publicado: Agosto de 2010 – Jornal DCI