

Sustentabilidade é diferencial competitivo afirmam empresários, na BAWB

A Terramater, a Joyful, a Biopar, a Tamarama Metais e a Masisa mostraram como transformar práticas sustentáveis em negócios durante a Conferência, em Londrina



Carlos Eduardo da Biopar. Empresa investe no desenvolvimento de biodiesel (Foto: José de Carvalho)

Uma empresa competitiva é aquela que incorpora os aspectos de sustentabilidade em seu processo produtivo e na gestão. Para isso, é necessário que as organizações revejam seus processos de gestão e estejam abertas à nova tendência. Essa foi a tônica das discussões da Conferência BAWB (sigla em inglês para Empresas como Agentes em Benefício do Mundo) nesta quarta-feira (1^º), em Londrina.

A conferência, realizada pela Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), Sesi-PR e Unindus (universidade corporativa do Sistema Fiep), com o patrocínio do Sesi Nacional, visa mostrar estratégias empresariais que transformam práticas sustentáveis em negócios.

"O grande desafio é tornar a sustentabilidade como parte da cultura da empresa. Uma organização que não tenha revisto seus processos de gestão terá dificuldades em avançar nos conceitos de sustentabilidade", afirmou Marcelo Linguitte, diretor da Terramater, de São Paulo.



A Masisa avalia não apenas os resultados financeiros, mas também sociais e ambientais de cada decisão de negócios (Foto: José Carvalho)

A Masisa, empresa de Ponta Grossa que fabrica painéis para a indústria moveleira e arquitetura de interiores, é um exemplo de empresa que já internalizou os conceitos de sustentabilidade em toda sua gestão. "Trabalhamos com o conceito de gestão pelo Triplo Resultado, uma forma de gestão que avalia não apenas os resultados financeiros, mas também sociais e ambientais de cada decisão de negócios", afirmou Jorge Hillmann, diretor geral da Masisa Brasil.

Segundo Hillmann, esse tipo de trabalho é uma forma de agregar valor aos processos da empresa. "Uma gestão baseada nesses critérios nos permite ser mais competitivos e obter a preferência de nossos clientes", destacou. Como exemplos de práticas que estão agregando valor aos negócios, a Hillmann destacou a gestão de resíduos, que visa reduzir a quantidade de resíduos gerada dentro da empresa e fazer a compostagem com resíduos orgânicos e cinzas; e o sistema fechado de gestão de água.

Vantagem competitiva - Para Linguitte, a sustentabilidade contribui com a gestão das empresas em cinco aspectos: foco na ética, transparência, visão *multistakeholder*, metas empresariais alinhadas ao desenvolvimento sustentável e percepção sistêmica. "É preciso que os empresários compreendam a sustentabilidade como vantagem competitiva para gerar valor e não uma barreira para os negócios", disse.



Adilson Filipak, da Joyfull, que desenvolveu linha de roupas sustentáveis (Foto: José de Carvalho)

Para buscar o diferencial competitivo, a Joyful, empresa de confecção de Curitiba, desenvolveu o conceito de moda sustentável. "O setor do vestuário enfrenta uma concorrência enorme, principalmente em relação aos produtos chineses. Uma das saídas foi desenvolver uma moda sustentável e, ao mesmo tempo, sofisticada", explicou Adilson Filipaki, diretor da empresa.

A proposta da Joyful é trabalhar com o conceito da sustentabilidade em todo o processo produtivo, desde o tipo de matéria-prima utilizada para a confecção das roupas até o ponto de venda. "Nosso público é diferenciado. Proporcionamos um estilo de vida para quem tem atitude e pensa no futuro".

A coleção é composta por peças confeccionadas com tencel - uma fibra feita a partir da polpa de madeira, um recurso natural e renovável retirado de florestas cultivadas com manejo sustentável - e algodão orgânico. Para o tingimento das peças, é utilizado corante vegetal, extraído de cascas, galhos, frutos ou raízes oriundos de árvores ou arbustos como pau-brasil, acácia, pau campeche, urucum, entre outros.

Nova consciência de consumo - Na opinião de André Luis Saraiva diretor-executivo Programa de Responsabilidade Ambiental Compartilhada (Prac), desenvolvido pela Tamarana Metais em conjunto com a Rondopar Energia Acumulada, a incorporação da sustentabilidade nas empresas requer uma nova consciência de consumo, o chamado consumo consciente. "Trabalhamos com a reciclagem de baterias. A ideia é que a gente volte para o mercado vendendo energia e não bateria", disse.



Tamarana Metais: a incorporação da sustentabilidade nas empresas requer consciência de consumo consciente (Foto: Josué Carvalho)

A Tamarana atua como recicladora e a Rondopar, como fabricante das baterias resultantes do processo de reciclagem, as baterias do Prac. "É como se você comprasse o direito de ligar e desligar seu carro por um ano e meio. A energia não é sua. Eu a coloco no seu veículo, você paga, mas ela é nossa. Quando ela acaba, eu troco o equipamento descarregado por outro com energia e o processo continua", esclareceu Saraiva.

Essa nova consciência de consumo incentivou a Biopar (Bioenergia do Paraná), empresa de Rolândia, no Norte do Estado, a investir no desenvolvimento de biodiesel. "Hoje, o biodiesel representa 5% da composição do diesel. E a tendência é que esta porcentagem cresça", disse o consultor da Biopar, Carlos Eduardo.

Segundo o consultor, o biodiesel é uma energia limpa, pois usa como matéria-prima resíduos que poderiam estar poluindo o meio ambiente. "Todas as plantas que contém óleo podem virar matéria-prima para o biodiesel, uma das mais utilizadas é a soja. Também pode ser feito com a gordura animal", afirmou.