

GUIA DE



SUSTENTABILIDADE

DA CADEIA PRODUTIVA DA INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO PLÁSTICA

folha de rosto com colaboradores



# ÍNDICE

1. O PROJETO .....	4
2. INTRODUÇÃO À SUSTENTABILIDADE .....	7
3. PRINCIPAIS TENDÊNCIAS .....	11
4. NÍVEIS DE MATURIDADE .....	26
5. COMO CAMINHAR PARA SUSTENTABILIDADE .....	35

Realização:



Apoio:





## O PROJETO:

### Diagnóstico e plano de ação para a cadeia produtiva da indústria nacional de transformação plástica

O Instituto Nacional do Plástico (INP), em uma iniciativa conjunta com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e a Plastivida, por meio de seu programa Think Plastic Brazil, desenvolveu um diagnóstico e um plano de ação voltados à cadeia produtiva da indústria de transformação plástica brasileira, com foco em sustentabilidade.

#### O TRABALHO FOI NORTEADO POR TRÊS PERGUNTAS:

- Como a sustentabilidade vem sendo entendida e aplicada pelas empresas brasileiras transformadoras de plásticos?
- Como as empresas e os mercados internacionais buscam a sustentabilidade como diferencial competitivo?
- Quais os caminhos possíveis para uma produção mais ecoeficiente?

Para responder a essas questões, foram necessárias cinco etapas, quais sejam:

1. ENTENDIMENTO INTEGRADO DO SETOR NACIONAL E INTERNACIONAL;
2. OFICINAS DE SENSIBILIZAÇÃO;
3. VISITAS TÉCNICAS;
4. ANÁLISE DE CENÁRIOS E TENDÊNCIAS;
5. ELABORAÇÃO DO GUIA DE SUSTENTABILIDADE.

Todo esse conhecimento está concentrado aqui, neste Guia, que fornece, ainda, orientações específicas para cada grau de maturidade, úteis em suas jornadas rumo à sustentabilidade, hoje um claro fator de vantagem competitiva no Brasil e no exterior.





## INTRODUÇÃO À SUSTENTABILIDADE

**Sustentare: suportar, conservar em bom estado, manter, resistir.**

Dessa palavra de origem latina veio o termo sustentabilidade. E daí originou-se o conceito de desenvolvimento sustentável que, segundo a Comissão Mundial do Meio Ambiente e Desenvolvimento, pressupõe atender as necessidades do presente sem comprometer as demandas potenciais de gerações futuras.

Toda essa discussão ganhou repercussão internacional na ECO-92, no Rio de Janeiro. Vinte anos depois, na Rio+20 (2012), foi lançado um conjunto de Metas de Desenvolvimento Sustentável (Sustainable Development Goals - SDGs), que convergirão com a Agenda de Desenvolvimento pós-2015. Os SDGs consideram a abordagem do Triple Bottom Line para o bem-estar humano, na qual são perseguidos os desafios ambientais, sociais e econômicos de forma global e inclusiva. Além desses pilares, espera-se que a reflexão acerca do desenvolvimento sustentável evolua para outras esferas, como a política, numa perspectiva cada vez mais sistêmica.

Já em um contexto empresarial, a sustentabilidade pode ser entendida como a busca pela resiliência. Ao adotar práticas sustentáveis, as empresas contribuem para o uso salutar de recursos naturais e para o desenvolvimento de comunidades e de cadeias de valor mais fortes, reduzindo sua exposição a riscos futuros e aumentando sua capacidade de reação a situações adversas.

Trata-se de um processo, simultaneamente estrutural e temporal, que orienta a conciliação gradativa de questões ambientais, sociais e econômicas nos níveis estratégico, tático e operacional de um negócio. Nessa caminhada em direção à sustentabilidade, as empresas adotam e aperfeiçoam práticas de uso eficiente de recursos e de minimização de impactos negativos de suas atividades, até adquirirem uma visão holística sobre o seu papel na cadeia de valor e de liderança na sociedade. Além disso, entendem que é essencial a identificação das ações prioritárias e mais adequadas para suas capacidades gerenciais.

Além disso, sustentabilidade e competitividade andam juntas. Empresas que caminham em direção à sustentabilidade se tornam mais competitivas e melhor preparadas para os desafios do mundo contemporâneo, principalmente porque têm operações mais eficientes, são mais capazes de administrar os riscos e aproveitar as oportunidades aos quais estão expostas, e também por serem melhor avaliadas nos mercados mais exigentes e pela sociedade de forma ampla.



Este guia de sustentabilidade irá ajudá-lo a avançar nesse processo, trazendo orientações sobre os temas de sustentabilidade que tornarão sua empresa mais competitiva e identificando em qual estágio dessa jornada vocês se encontram. Identificar o estágio de maturidade em sustentabilidade é essencial para identificar as ações prioritárias e mais adequadas para suas capacidades gerenciais atuais.

Assim, o guia poderá ser uma importante ferramenta para você estabelecer planos de ação condizentes com as realidades específicas, garantindo a assertividade de seus próximos passos para tornar sua empresa mais sustentável e mais competitiva.



## PRINCIPAIS TENDÊNCIAS EM SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS

Em todos os setores e em todo o mundo, a indústria tem se preocupado cada vez mais com a gestão de seus processos, produtos e resíduos. O setor de transformados plásticos não é diferente, sendo fundamental seu alinhamento com as tendências de sustentabilidade sejam elas globais ou nacionais, gerais ou específicas deste setor.

Durante os últimos 150 anos, o plástico tem contribuído com inovações de inegável importância para o desenvolvimento da sociedade. Baratos, leves, versáteis, duráveis, atóxicos e recicláveis, os materiais plásticos colaboram para a economia de energia e de recursos em áreas estratégicas para a sociedade, tais como o varejo, a construção civil, a saúde, dentre outros.

Apesar disso, os plásticos, e sobretudo as sacolas, são vistas como símbolos da “sociedade do joga-fora”. Essa má reputação do material deve-se também à forma como são geridos os resíduos sólidos no país, resultado não apenas de ineficiências administrativas, mas também de hábitos culturais da sociedade brasileira. Como a indústria pode contribuir para mudar essa imagem?

A resposta está num pensamento mais compreensivo sobre o significado da sustentabilidade para a indústria do plástico. Uma indústria transformadora de plásticos mais sustentável é aquela onde se reconhece a importância dos aspectos ambientais, sociais e económicos na gestão de recursos, processos e pessoas, bem como no desenvolvimento de produtos e no relacionamento com sua cadeia de valor e com a sociedade. O verdadeiro ganho ocorre quando as empresas compreendem que a sustentabilidade pode ser um diferencial competitivo para seus negócios.

Diante desse contexto, podemos identificar algumas principais tendências em que iniciativas, às vezes simples, geram impactos substanciais. Elencamos dez exemplos nacionais e internacionais.

## 1. GESTÃO DE INDICADORES DE ECOEFICIÊNCIA

Grandes oportunidades são encontradas no campo da ecoeficiência, ou seja, na promoção de atividades produtivas com o uso mais eficiente de recursos, garantindo uma economia no uso de matérias-primas e de insumos. Um exemplo de caso de sucesso na implantação de iniciativas voltadas para a ecoeficiência é o da empresa COPOBRAS (BOX 1).

**A COPOBRAS monitora, por meio de metas, dados referentes ao consumo de água, energia elétrica, combustível, ar em equipamentos pneumáticos, geração de aparas e demais resíduos.**

BOX 1: ECOEFICIÊNCIA



## 2. DESENVOLVIMENTO DE ANÁLISES DE CICLO DE VIDA DE PRODUTO

Já outra importante ferramenta para auxiliar empresas a trilharem o caminho da sustentabilidade é a mensuração e avaliação da pegada ecológica daquilo que se produz, ou seja, qual o impacto, rastro ou consequência no meio ambiente de um produto. O principal instrumento para medir essa pegada é a **Análise de Ciclo de Vida (ACV)**, que permite que a empresa avalie o impacto ambiental total de um produto em todas as suas fases, desde a extração de matérias primas até a gestão de resíduos pós-consumo, passando pelas fases de desenho, produção, transporte e uso.

A ACV permite que a empresa identifique os pontos chave para investimentos em sustentabilidade ao longo de toda a cadeia de valor, possibilitando que estratégias mais eficientes em termos de recursos e impactos ambientais sejam estruturadas e implementadas. Dessa forma, reforça-se a importância de que a temática da sustentabilidade seja tratada de forma integrada, promovendo o engajamento de toda a cadeia.

Existem vários estudos de ACV de plásticos no mundo, como o realizado em 2011 na Europa e pela Braskem no Brasil, que concluem que as sacolas plásticas, quando comparadas com outras formas para transporte de produtos, não são a alternativa mais impactante do ponto de vista ambiental. Elas seriam, ainda, mais vantajosas no caso de reuso e reciclagem eficientes, contrariando o senso comum de que são as grandes “vilãs” do meio ambiente.

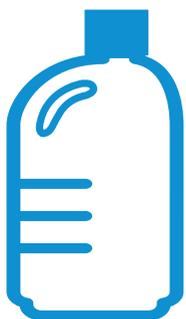


No Brasil, algumas empresas estão em processo de execução de suas análises e outras já desenvolveram ACVs de seus produtos ou abordagens semelhantes, com destaque para as análises realizadas pela Braskem, e pelas empresas destacadas no **BOX 2**.

A Baumgarten se destaca por já ter realizado uma ACV e estar desenvolvendo um projeto para internalizar tais estudos, enquanto a empresa Nobelpack já realizou suas primeiras avaliações, em parceria com a Braskem. Outras empresas usam abordagens diversas de avaliação de impacto para prevenir problemas associados aos seus produtos, como o processo de *life cycle thinking*.

BOX 2: ACV

### 3. ECODESIGN DE PRODUTOS



Atividades de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) também são importantes promotoras de benefícios ambientais. No que se refere a inovações de produto, o ecodesign, isto é, a preocupação ecológica na fase de seu desenho, é uma das principais tendências na indústria plástica.

Produtos concebidos visando um uso menos intensivo de recursos naturais, ou mesmo um eventual descarte ou reuso com menores impactos ambientais, já recebem destaque internacional e representam forte tendência para o mercado.

Um exemplo são os investimentos da empresa Aptar Group em ecodesign, cujos detalhes podem ser vistos no **BOX 3**.

A empresa Aptar Group investe aproximadamente 3% de sua receita operacional em P&D e afirma que sustentabilidade é um de seus pilares. A organização conta com ferramentas de “ecodesign” para o desenvolvimento de produtos, além de se preocupar com a escolha e os impactos dos materiais empregados, o peso, a redução dos componentes, entre outros aspectos. Em 2013, a empresa recebeu um prêmio da DuPont por Inovação, Sustentabilidade e Redução de Embalagens.

BOX 3: ECODESIGN



### 4. DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS AMIGÁVEIS AO MEIO AMBIENTE

Outra tendência é o investimento no desenvolvimento de produtos amigáveis ao meio ambiente (*environmentally friendly*). No caso específico do nosso setor, o principal exemplo é o bioplástico, ou plástico verde, e plásticos que incorporam elementos que aceleram o processo de degradação.

Bioplásticos são polímeros derivados de fontes renováveis de biomassa (como o amido de milho e o etanol de cana-de-açúcar), sendo que alguns são biodegradáveis. Na medida em que resinas que utilizam fontes renováveis mostrarem-se viáveis em escala comercial, a diversificação da origem dos polímeros – base da indústria de transformados plásticos – poderá se somar à diversificação de produtos finais e à variedade de processos resultantes da transformação de resinas em plástico.

No Brasil, destaca-se o Bioplástico “I’m green”, da BRASKEM, detalhado no **BOX 4**.

O polietileno verde da BRASKEM é um plástico produzido a partir do etanol de cana-de-açúcar, uma matéria-prima renovável, ao passo que os polietilenos tradicionais utilizam matérias-primas de fonte fóssil, como petróleo ou gás natural. Por esta razão, o polietileno verde captura e fixa gás carbônico da atmosfera durante a sua produção, colaborando para a mitigação das mudanças climáticas. Além disso, mantém as mesmas propriedades, desempenho e versatilidade de aplicações dos polietilenos de origem fóssil - o que facilita seu uso imediato na cadeia produtiva do plástico. Por este mesmo motivo, também é reciclável dentro dos parâmetros tradicionais.

BOX 4: BIOPLÁSTICO

## 5. GESTÃO DA INOVAÇÃO

Outro exemplo encontrado no Brasil que mostra como investimentos em P&D com viés ambiental podem ter importantes resultados de caráter socioambiental é o da empresa Cipatex. O **BOX 5** contém detalhes sobre os processos de inovação da empresa.

A empresa Cipatex possui um Grupo de Trabalho de Inovação, que, em conjunto com a iniciativa “Cipatex Sustentável”, tem trabalhado em diversas frentes e seguido as diretrizes REACH da Comunidade Europeia, incluindo a retirada de metais pesados de fórmulas. Usos alternativos para seus produtos também têm sido estudados. Um exemplo são as membranas plásticas, usadas para evitar vazamentos e em biodigestores para tratamento de efluentes animais.

A empresa vem estabelecendo, ainda, parcerias com a Unesp (Universidade Estadual Paulista) para o desenvolvimento de novos produtos a partir de resíduos, e com a Unicamp (Universidade Estadual de Campinas) para o desenvolvimento de um amplo programa de eficiência energética.

Por fim, a Cipatex faz uso da Lei do Bem e de outros incentivos fiscais, além de conhecer as linhas subsidiadas para projetos de natureza socioambiental.

BOX 5: INOVAÇÃO



## 6. DESENVOLVIMENTO HUMANO DENTRO E FORA DA EMPRESA

Outras metodologias inovadoras e tendências também são observadas nas práticas sociais das empresas, ou seja, na gestão de seus colaboradores e no seu relacionamento com a sociedade.

A preocupação com o desenvolvimento e o bem estar de seus funcionários indica que uma empresa entende a importância de seu capital humano para uma maior produtividade a curto prazo, mas também enquanto peças fundamentais para o sucesso duradouro. Um exemplo interessante de desenvolvimento de pessoas e mapeamento de oportunidades foi identificado na empresa norte-americana Menasha, detalhado no **BOX 6**.



A empresa Menasha investe em novas abordagens para contratação e gerenciamento de oportunidades internas, além de treinamentos e mentoring. A ferramenta SuccessFactors permite que o processo seja mapeado de forma individual e, ao mesmo tempo, que o monitoramento do progresso do funcionário seja constante. Há, ainda, um programa interno de *shadowing*, que permite a conexão entre funcionários que desejam trocar experiências e aprender mais sobre seus papéis e impactos dentro da organização, visando explorar caminhos potenciais de carreira. Aqueles que completam o programa têm chances de se movimentar dentro da empresa.

BOX 6: GESTÃO DE PESSOAS

## 7. GESTÃO DA FASE PÓS-CONSUMO

Outro ponto fundamental a ser tratado pela indústria de plásticos é o pós-consumo. O adequado tratamento das embalagens após o uso final dos produtos é uma das principais questões a ser considerada nas estratégias de sustentabilidade. A reciclagem é, atualmente, um dos grandes temas da indústria de transformação de plásticos em âmbito mundial, não somente por estar se tornando um dos importantes elos da cadeia dos plásticos, mas também pela constatação de seus benefícios ecológicos, sociais e econômicos, incluindo o potencial de rentabilidade para recicladores e transformadores.

O fato dos plásticos não serem facilmente degradáveis tem estimulado investimentos em pesquisa e o desenvolvimento de novas tecnologias de reciclagem, bem como ações para a conscientização quanto ao consumo e ao descarte adequados.

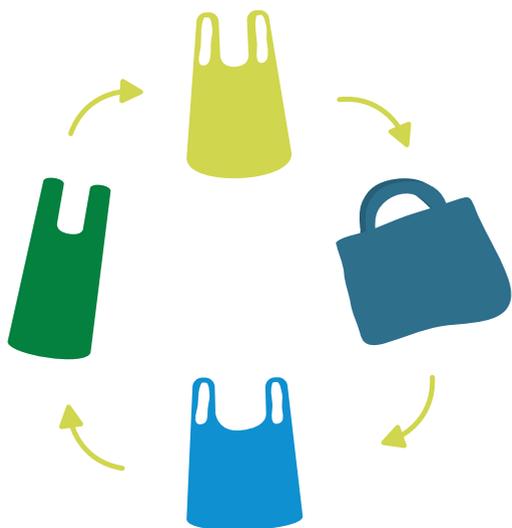
Um estudo sobre aspectos econômicos da reciclagem no Brasil, realizado pelo IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), em 2010, constatou que o país perde, anualmente, R\$ 8 bilhões ao enterrar o lixo que poderia ser reciclado. Já a reciclagem de plásticos apresenta vantagem econômica de R\$1.163,00 por tonelada produzida e ainda permite uma economia de 50% de energia, contribuindo para o enfrentamento das mudanças climáticas.

Segundo o Compromisso Empresarial para Reciclagem (CEMPRE), o Brasil dá passos importantes para ocupar posição de destaque no cenário global do setor. Isso se deve ao desenvolvimento econômico, aos avanços nas práticas de sustentabilidade das empresas, às ações de governo bem construídas e a uma maior conscientização do consumidor. A tendência é o crescimento ser acelerado à medida que

a lei da Política Nacional de Resíduos Sólidos<sup>1</sup> é colocada em prática em um ambiente regulatório favorável a novos investimentos. A legislação prevê a responsabilidade compartilhada entre governo, empresas e população na questão dos resíduos urbanos, determinando o fim dos lixões e o descarte em aterros sanitários apenas dos materiais que não podem ser reciclados.

Para que a reciclagem seja efetiva e se integre à estratégia corporativa das empresas, começa a ganhar terreno a implantação da logística reversa em vários setores. Esse conceito – coleta de materiais após o consumo para retorno como matéria prima ou insumo energético – ilustra como a gestão dos resíduos incorpora-se ao planejamento e à visão de cadeia de valor.

Na Europa, a Associação dos produtores de plásticos, Plastics Europe, divulgou em março de 2015 um compromisso de zerar a disposição de plásticos em aterros sanitários até 2025 (detalhes no **BOX 7**).



<sup>1</sup>Lei 12.305, de agosto de 2010

A Associação da Indústria de Plásticos da Europa (Plastics Europe) considera ser viável eliminar a disposição de recicláveis e outros resíduos recuperáveis em aterros sanitários até 2025. A associação solicita que o Parlamento Europeu e os Estados Membros apoiem essa iniciativa na revisão da Diretiva da União Europeia sobre Aterros Sanitários. Outro item abordado é que o uso eficiente de resíduos para geração de energia deve ser adotado na estratégia energética da União Europeia (UE). Usar plásticos que não poderão ser reciclados como fonte de energia secundária pode expandir o suprimento de energia da UE, aumentar a segurança energética e ajudar na mitigação das mudanças climáticas. Além disso, a iniciativa também considera a importância do apoio à inovação nas tecnologias de reciclagem de plásticos.

BOX 7: PÓS-CONSUMO

## 8. ECONOMIA CIRCULAR

Outra tendência importante, conectada à análise de ciclo de vida e à gestão da fase de pós consumo, é a abordagem de economia circular (circular economy), caracterizada pelo fluxo fechado de materiais e energia por meio de múltiplas fases. O princípio dos 3R (redução, reuso e reciclagem) é normalmente citado para definir as rotas de implementação da economia circular. As escolhas devem ser sustentáveis e em vez de considerar os aspectos de eficiência de recursos no fim de linha (end-of-pipe) de um produto só, deve ser levado em conta todo o ciclo de vida para que as decisões realmente ajudem a atingir o objetivo da economia circular.

Um exemplo de boa prática no desenvolvimento de um modelo em circuito fechado na indústria de transformação plástica é o da empresa europeia DS Smith, conforme aponta o **BOX 8**.

O modelo de reciclagem em circuito fechado da DS Smith permite que os resíduos gerados possam ser recuperados e aproveitados no processo produtivo da própria empresa. Isso é considerado uma importante vantagem competitiva, o que impulsiona o desenvolvimento de soluções e métodos transparentes. Como parte de seus esforços para gestão de florestas, a empresa investe na reciclagem de fibras vegetais utilizadas na produção que envolvem papel e papelão. Todas as suas plantas realizam a triagem dos resíduos gerados, e as ferramentas lean e six sigma são usadas para garantir a

menor geração possível de resíduos em seus processos produtivos. A empresa também se associa a parceiros e clientes para auxiliá-los a cumprir suas metas de reciclagem e gestão de resíduos, como Aldi e Dunelm Mill.



BOX 8: ECONOMIA CIRCULAR

## 9. ADESÃO A COMPROMISSOS VOLUNTÁRIOS

A adesão voluntária das empresas a iniciativas nacionais e internacionais no caminho do desenvolvimento sustentável é uma tendência para que elas possam comunicar seu engajamento com investimentos e práticas social e ambientalmente responsáveis.

O investimento em processos alinhados com as principais tendências de sustentabilidade é fundamental para que os compromissos voluntários sejam conduzidos com responsabilidade. Com isso, cria-se um cenário favorável à divulgação das iniciativas amigáveis ao meio ambiente e à mobilização para a correta condução das questões econômicas, ambientais e sociais em toda a cadeia de valor do plástico.

A experiência da Baumgarten ilustra isso, como apresentado no **BOX 9**.

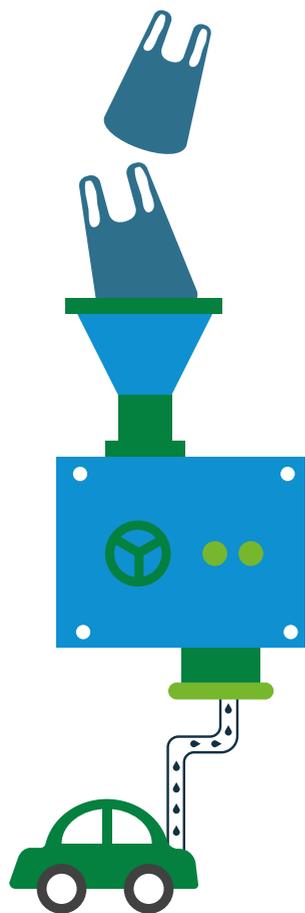


A empresa Baumgarten aderiu aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável para atender as políticas nacionais e as atividades de cooperação internacional nos próximos quinze anos após a Rio+20. Além disso, juntou-se ao Núcleo de Responsabilidade Social e Ambiental da ACIB (Associação Comercial e Industrial de Blumenau).

BOX 9: COMPROMISSOS VOLUNTÁRIOS

## 10. PARCERIAS COM A SOCIEDADE

Por fim, é importante lembrar que sustentabilidade se constrói com sinergia de stakeholders, tanto internos (colaboradores, acionistas) quanto externos (governos, consumidores, sociedade). Portanto, parcerias e articulação política são fundamentais para que a estratégia de sustentabilidade das empresas seja bem sucedida.



No caso específico das indústrias de plástico, a gestão de resíduos urbanos é um tema importante em suas estratégias visando à sustentabilidade. Dessa forma, além da conexão com outras partes interessadas, é muito importante explorar novos horizontes para parcerias entre as empresas e as cidades, no sentido de implantar soluções conjuntas. A interseção da sustentabilidade da indústria de plástico com as cidades é um tema de fundamental importância para o setor, já que os municípios no Brasil são responsáveis pela gestão dos resíduos urbanos. O tema carrega um grande potencial para parcerias público-privadas do tipo ganha-ganha (win-win), mas também requer profundo conhecimento e planejamento cuidadoso em vários domínios técnicos, sociais e culturais.

Nesse sentido, a DOW Chemical passou por uma experiência interessante recentemente, detalhada no **BOX 10**.

**Nos EUA, a DOW Chemical participou de um programa piloto em um município da Califórnia para coleta de plásticos não-recicláveis que seriam destinados a aterros sanitários. Entre junho e agosto de 2014, aproximadamente 26.000 famílias da cidade de Citrus Heights receberam sacos de cor roxa - denominados “Sacos da Energia” - nos quais os participantes colocavam itens de plástico não elegíveis para a reciclagem mecânica, para que eles pudessem ser utilizados na geração de energia.**

**Os materiais coletados incluíram embalagens de suco, de doces, de alimentos, de congelados, bolsas de lavanderia e descartáveis. Utilizando um forno de pirólise, a empresa Agilyx converteu os plásticos coletados em petróleo bruto sintético, que pode ser refinado e transformado em produtos de valor para o uso diário, tais como gasolina, óleo diesel, querosene de aviação, óleo combustível e lubrificantes, podendo até mesmo ser transformado novamente em plástico. Cerca de 8.000 “Sacos de Energia” foram coletados e 2,7 toneladas de itens tipicamente não-reciclados foram convertidos em aproximadamente 2.000 litros de petróleo bruto sintético. Segundo Jeff Wooster, líder global de sustentabilidade da DOW, “Este piloto provou que a recuperação de recursos de plásticos não-recicláveis é um processo viável para os municípios.”**

BOX 10: PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA NA GESTÃO DE RESÍDUOS URBANOS

# 4

## ENTENDA OS NÍVEIS DE MATURIDADE EM SUSTENTABILIDADE

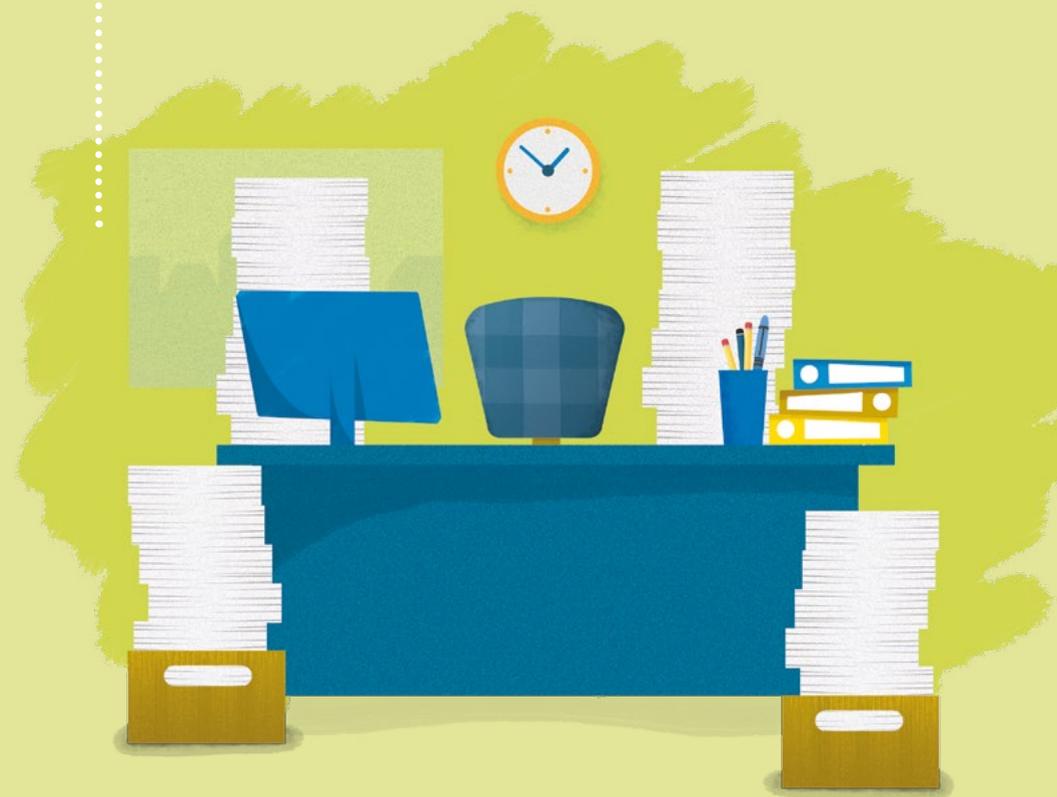
As empresas da indústria de transformados plásticos podem ser enquadradas em um Modelo de Maturidade em Sustentabilidade, composto por cinco níveis hierárquicos, que foi desenvolvido especialmente durante este projeto com base em **base em** metodologias de maturidade e capacidade já consagradas.



Para compreender em que fase a sua empresa está, é preciso conhecer as principais características de cada um desses níveis:

### CONFORMIDADE

A sustentabilidade se manifesta, principalmente, através da busca pelo atendimento aos requisitos legais, o que implica em benefícios econômicos, ambientais e sociais indiretos. No entanto, esta ainda não é uma preocupação central da empresa. Nesta etapa, o principal desafio é assegurar o cumprimento das condições necessárias para a continuidade de suas atividades. Ou seja, as empresas do Nível 1 buscam reduzir impactos ambientais e sociais sem alterar fundamentalmente seu modelo empresarial.



## EFICIÊNCIA

Esta etapa é definida pelo consumo consciente de insumos e de fatores de produção dentro das fronteiras organizacionais, o que otimiza o uso de recursos naturais (água e energia, por exemplo) ou humanos (como a redução de acidentes de trabalho), objetivando a maximização dos lucros.

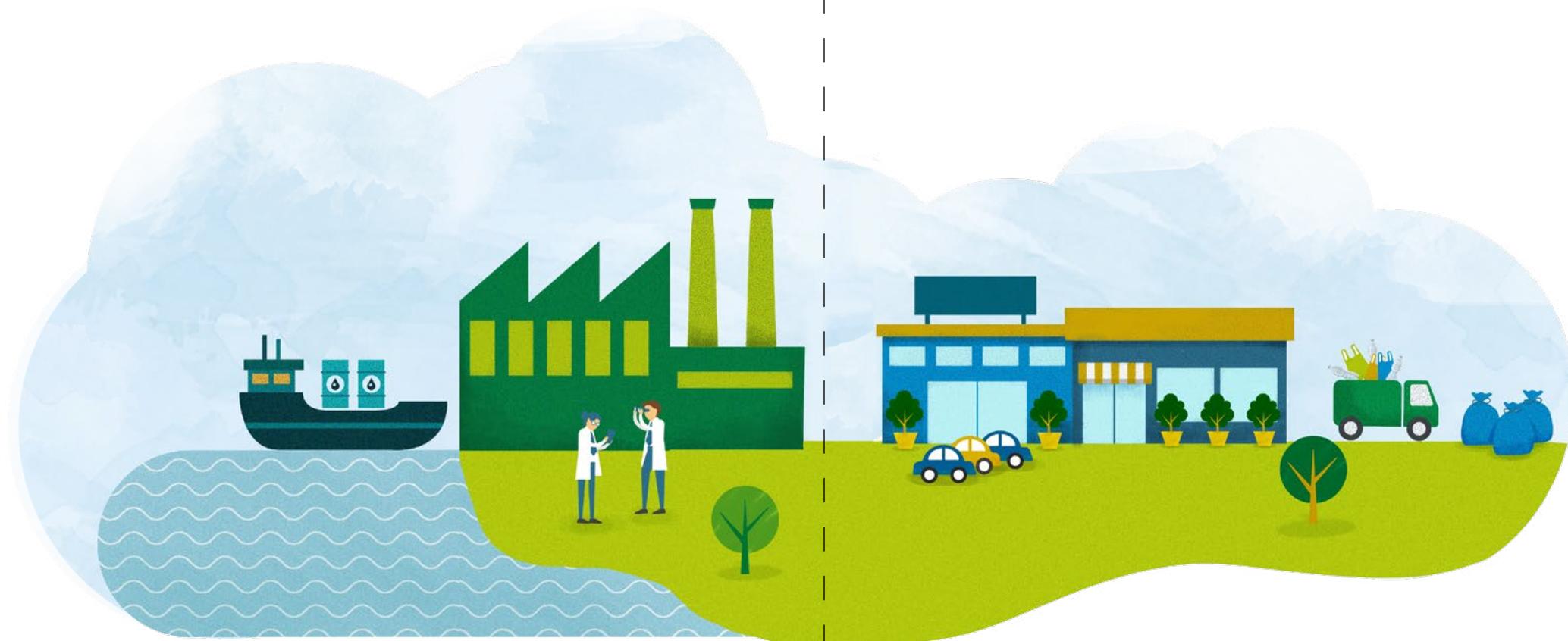


Nesse contexto, ações pontuais focadas na adoção de melhores tecnologias são desenvolvidas para minimizar impactos, sem modificar, no entanto, o mecanismo propriamente dito do negócio. Nesse estágio, costuma-se definir as primeiras metas relacionadas ao uso de recursos, ainda que seu objetivo principal seja a redução dos custos.

## CONSCIÊNCIA

O terceiro nível do modelo caracteriza-se pela preocupação com os impactos externos gerados pelas atividades do negócio. Assim, além de cumprir os requisitos legais e buscar sua eficiência operacional, a empresa tem plena consciência de que sua atividade afeta outras partes e age para reduzir seus impactos negativos. Do ponto de vista ambiental, passa a engajar-se na mensuração dos impactos ambientais de suas atividades produtivas, tais como geração de efluentes e emissões de gases de efeito estufa (GEE), lançando mão de indicadores mais sofisticados. Nessa fase, a empresa deve reconhecer que existem benefícios financeiros na sustentabilidade e se preocupar com sua imagem no mercado diante de clientes, investidores e stakeholders. Como resultado, seus produtos ou serviços são, ao mesmo tempo, tecnológicos e com preocupação social, desenvolvidos para melhorar a qualidade de vida das pessoas que estão dentro e fora da organização, direta ou indiretamente afetadas por suas atividades.





## INOVAÇÃO

Nesta etapa, a empresa passa por uma mudança radical de mentalidade, substituindo a vontade de fazer as coisas da melhor forma para fazê-las de maneira inovadora. A sustentabilidade é internalizada como estratégia e incorporada à cultura organizacional, agregando valor aos produtos. A empresa torna-se inovadora ao aliar não apenas a demanda de seus

clientes a seus produtos, mas também tendências de mercado e outras oportunidades relacionadas a matérias-primas e processos produtivos. Aqui, a empresa deve se engajar com sua cadeia de valor, seja através da realização de uma Análise de Ciclo de Vida (ACV) para seus produtos, seja em relação ao empenho para a construção de relações duradouras com fornecedores e clientes/consumidores.



# 5

## COMO CAMINHAR PARA A SUSTENTABILIDADE?

Esta questão só pode ser respondida com um planejamento integrado de sua empresa, em que as ações abarquem simultaneamente diversos níveis de maturidade em sustentabilidade. Para que o caminho seja perene, o foco deve estar tanto na sustentabilidade em seu escopo mais amplo quanto nas rotinas de gestão de mudanças. Os avanços precisam ser consistentes e constantes, respeitando cada estágio alcançado. Além disso, as ações devem ser coordenadas, sem privilegiar uma dimensão dessa trajetória para a sustentabilidade em detrimento de outras.

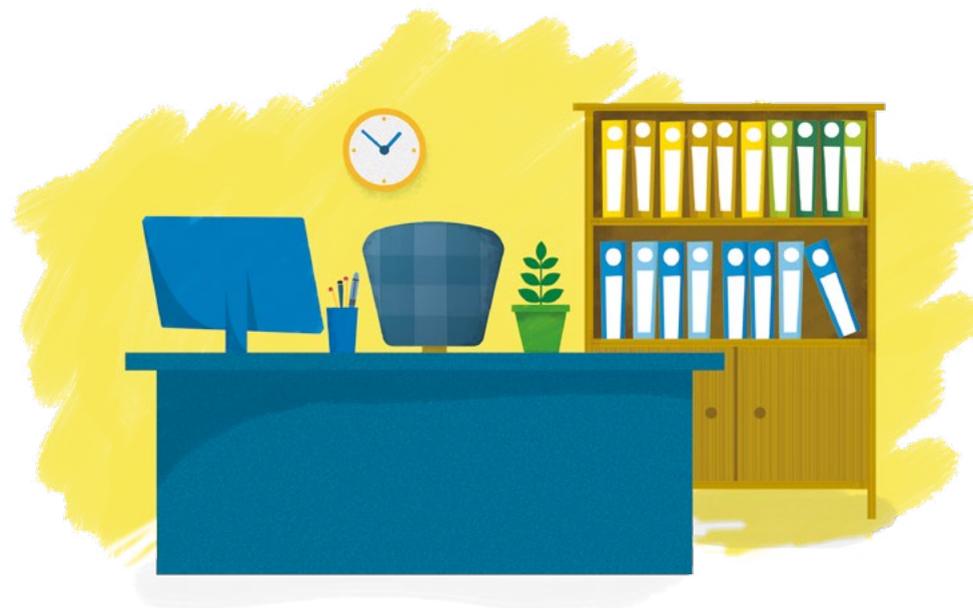
A seguir indicamos o passo a passo para que você consiga enquadrar sua empresa em cada um dos níveis, bem como as principais características de cada fase.

### CONFORMIDADE

Para que sua empresa comece a trilha rumo à sustentabilidade é preciso que ela esteja em dia com suas obrigações legais, ou pelo menos que o desafio de cumprir todos os regulamentos já não seja a principal preocupação de seus administradores. Percebe-se que, nas empresas que ainda não cumprem os requisitos básicos da legislação trabalhista ou ambiental e nem pautam suas ações por comportamentos éticos, a gestão da sustentabilidade não pode progredir de forma consistente. Nesses casos, os investimentos em melhorias socioambientais são encarados, geralmente, como custos adicionais e dificilmente existem as condições para sua manutenção.

O caminho do amadurecimento em sustentabilidade passa, necessariamente, pelo levantamento da legislação aplicável. Esse mapeamento permite que a empresa estabeleça internamente planos de ações e destine recursos para garantir o atendimento às determinações legais pertinentes, bem como para monitorar o surgimento de novas questões e/ou regulamentos.

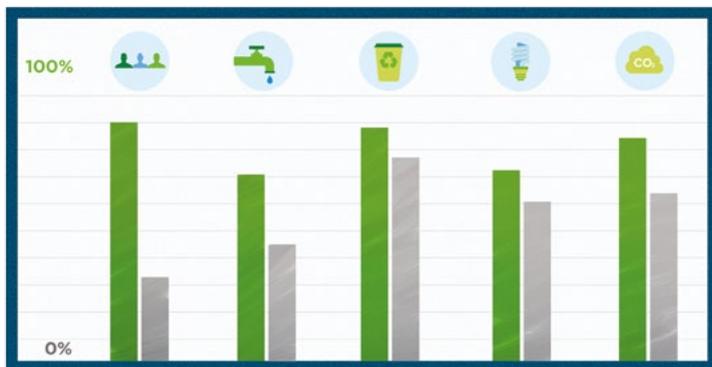
É necessário que a empresa realize uma reflexão sobre seus objetivos de longo prazo e a maneira como pretende alcançá-los. É oportuno formalizar Missão, Visão e Valores, para que todos os colaboradores estejam alinhados. Os colaboradores também precisam ser orientados para agir de forma ética e dentro da lei, o que pode ser atingido através da elaboração de um código ética. Nessa etapa é recomendável, ainda, que a administração estabeleça canais de comunicação internos e externos para tratar, minimamente, de assuntos pertinentes ao atendimento da legislação.



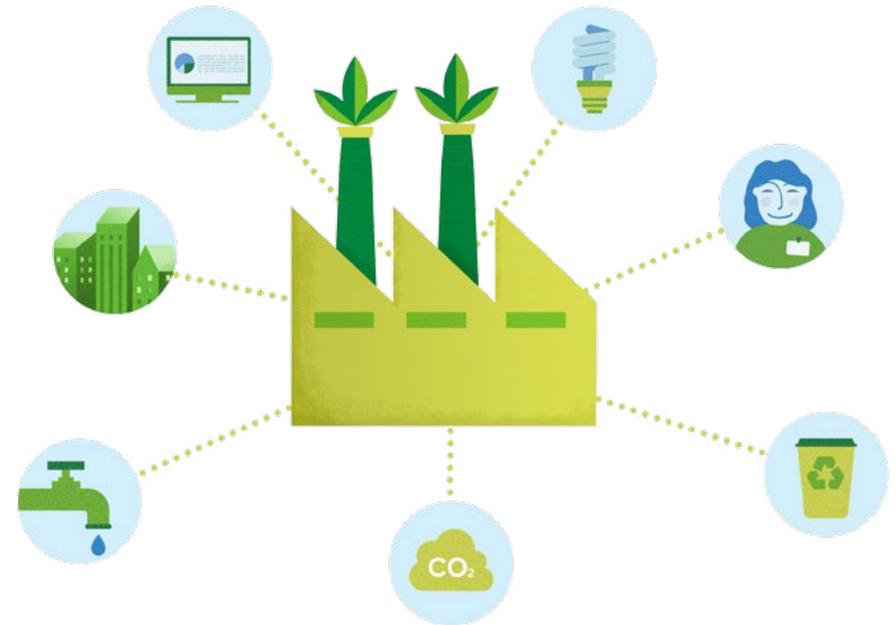
## EFICIÊNCIA

Para tornar sua empresa eficiente do ponto de vista da sustentabilidade, você deve compreender que a preocupação com aspectos socioambientais ultrapassa a busca pela conformidade legal, e que sua empresa pode se beneficiar operacional e até mesmo financeiramente de ações e investimento socioambientais.

Para avançar nesse tema, é necessário que haja pessoas capacitadas a planejar e executar melhorias operacionais nas três dimensões da sustentabilidade. Esses colaboradores devem ser orientados a endereçar problemas de cunho ambiental, social e/ou econômico, buscando o aproveitamento máximo dos recursos e a eficiência dos processos. Dessa forma, indicadores devem ser monitorados e metas estabelecidas, ainda que de forma pontual e incipiente, e é recomendável que esse monitoramento inclua riscos operacionais.



Nessa etapa, os canais de comunicação internos devem evoluir para coletar sugestões de melhorias dos processos e para comunicar o desempenho operacional para os colaboradores. A empresa deve agir proativamente, a fim de aumentar a eficiência de sua equipe através de treinamentos direcionados à saúde e à segurança ocupacional, além da otimização na distribuição de seus recursos humanos.



## CONSCIÊNCIA

Para avançar para o terceiro nível de maturidade em sustentabilidade, sua empresa deve agir para reduzir os impactos negativos causados por suas atividades. Como forma de viabilizar essa evolução, é necessário que a sustentabilidade seja tratada de forma mais integrada na gestão da empresa. Esta deve ser uma preocupação explícita no planejamento estratégico, a ponto de ser perceptível na Missão, Visão e Valores.

Nessa etapa, a empresa deve mensurar seus impactos diretos, criando indicadores específicos integrados às metas de desempenho operacional estabelecidos anteriormente. Tais metas podem evoluir para programas de ecoeficiência, que lançam mão de indicadores mais sofisticados. E não basta monitorar, a empresa deve agir para reduzir o impacto em termos de emissões de gases, efluentes e resíduos gerados.

Na dimensão social, é recomendável que a empresa se comprometa formalmente com a melhoria da condição de vida de seus colaboradores, concedendo benefícios adicionais aos exigidos por lei. Deve fornecer treinamentos específicos em sustentabilidade e estabelecer políticas de compras que desfavoreça fornecedores com passivos socioambientais. Os canais de comunicação externos devem evoluir para que a direção da empresa possa ouvir as necessidades e interesses das comunidades diretamente afetadas por suas atividade, buscando antecipar soluções e dirimir eventuais conflitos.

## INOVAÇÃO

Para avançar para o estágio quatro da escala de maturidade em sustentabilidade, sua empresa deve se preocupar com o desempenho ao longo de todo o ciclo de vida de seu produto, e também em como ela pode agir para tornar mais sustentável sua cadeia de valor. Nesta etapa, a sustentabilidade é entendida como um pilar de seu negócio. Essa mudança geralmente exige a criação de uma estrutura formal sobre o tema, que se reporta diretamente ao presidente da organização ou a seu Conselho de Administração.

A empresa precisa ter claro o seu papel relevante na sociedade, buscando o constante diálogo com todas as partes interessadas. Dessa maneira, uma comunicação mais transparente deve elaborar um relatório de sustentabilidade de publicação periódica. Outro ponto que ganha importância é o monitoramento constante dos impactos passíveis de acometer seus fornecedores e clientes, para além da atenção aos riscos diretos. Nesse sentido, é necessário que se faça um trabalho em conjunto com toda a cadeia de valor, buscando alternativas sustentáveis e ações mais corretas ambiental e/ou socialmente.

Uma empresa nesse estágio precisa estabelecer, ainda, uma política de compras que favoreça fornecedores com os melhores desempenhos socioambientais. Destaca-se, também, a inovação como diferencial competitivo, bem como o acompanhamento do desempenho de seus produtos e o impacto de seus processos em todas as fases do ciclo do produto.

Quanto a seu corpo de funcionários e comunidade, recomenda-se a realização de treinamentos voltados à gestão de ciclo de vida e à sustentabilidade, respectivamente. E uma avaliação formal do desempenho de seus colaboradores é outro instrumento recomendado, integrada ao plano de desenvolvimento individual.



## LIDERANÇA

Se sua empresa entende que suas ações impactam diretamente a qualidade de vida da sociedade como um todo, e não apenas sua cadeia de valor, ela está inserida neste último nível de maturidade em sustentabilidade. A estrutura e as práticas de governança corporativa devem refletir seu engajamento interno e externo com a temática, por meio de uma diretoria de sustentabilidade ativa.

Dada a relevância de seu papel, a empresa torna-se um interlocutor fundamental para os formuladores de políticas públicas quando o assunto é sustentabilidade. E ela não apenas comunica suas ações e busca ouvir as necessidades e interesses da comunidade, de seus fornecedores e de seus clientes, mas também tenta engajá-los ativamente.

Dentro dessa realidade, espera-se seu comprometimento, de maneira voluntária e pública, com iniciativas de caráter internacional que visem à promoção do desenvolvimento sustentável. E como forma de divulgar suas experiências, devem ser publicados periodicamente os relatórios de sustentabilidade auditados e em consonância com os mais elevados requisitos e padrões globais, engajando também sua cadeia de valor na realização de relatos públicos e transparentes. Em suma, como líder em sustentabilidade, é necessário promover esse conceito continuamente, tanto interna quanto externamente. A empresa deve ser reconhecida como referência não só dentro de sua cadeia de valor, mas também pela sociedade como um todo.





Responda ao nosso questionário.  
Acesse [www.plasticosustentavel.com.br](http://www.plasticosustentavel.com.br)  
e saiba como sua empresa pode  
caminhar para sustentabilidade.







Realização:



Apoio:

