

Inovação em cadeia

Por **Sergio Adeodato**



(/sites/default/files/gn/12/03/foto21rel-101-abre-f1.jpg)Ribeiro, da TerpenOil, que produz desengraxantes orgânicos: "O diferencial do negócio é utilizar a química fina para imitar os processos da natureza"

Ao transformar substâncias vegetais que fazem a assepsia da natureza em produtos para limpeza pesada em fábricas, a empresa TerpenOil, de Jundiaí (SP), permitiu que indústrias de grande porte economizassem insumos e atingissem melhor padrão de sustentabilidade. O pulo do gato está no uso do terpeno, extraído como subproduto do esmagamento da laranja nas fábricas de suco. Empregada para retirar graxas de máquinas e chapas, a novidade proporcionou redução de 20% no consumo de energia e de 76% no de água, na unidade da Whirlpool que produz fogões e lavadoras de roupa em Rio Claro (SP). As perdas por contaminação de sujeira, antes de 38 mil peças por mês, foram praticamente zeradas.

A partir desta demanda inicial, a TerpenOil produz hoje 2 mil litros mensais de desengraxantes orgânicos, expandindo a solução por outras indústrias. "O diferencial do negócio é utilizar a química fina para imitar os processos da natureza", revela o empresário Marcelo Ebert Ribeiro. Ele trocou o mercado financeiro pelo novo filão, que abrange produtos para purificação de ar e para limpeza comercial e residencial, em substituição às alternativas tradicionais à base de cloro. O mercado brasileiro de limpeza natural é estimado em R\$ 10 bilhões ao ano.

A iniciativa aponta a rota preferencial da inovação no meio corporativo, sob crescente pressão de metas e exigências ambientais. No rastro de regulações sobre mudanças climáticas, compartilhar esforços e responsabilidades torna-se chave nos negócios. "Para se reduzir custos e recursos materiais e ter acesso a mercados, é estratégico olhar todo o caminho desde a origem da matéria-prima", afirma Mario Monzoni, da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

No projeto "Inovação e Sustentabilidade na Cadeia de Valor", lançado recentemente, a FGV estrutura um ambiente de networking para aproximar compradores de fornecedores e replicar experiências inovadoras em diferentes setores produtivos. Pretende-se articular políticas públicas e incentivos financeiros para remunerar benefícios ambientais gerados pelos negócios. "Sob o ponto de vista gerencial, o ambiente de menor porte é mais favorável à inovação", avalia Monzoni, para quem "a cultura organizacional mais pesada e arraigada, voltada para resultados de curto prazo, é muitas vezes resistente ao novo".

Da pegada de carbono ao uso de matéria-prima e consumo energético, as companhias, sobretudo as exportadoras, estão sujeitas a cobranças por parte de investidores e compradores. "Trabalhar com as pequenas e médias empresas é primordial para gerar escala em sustentabilidade, ser ágil e desenvolver a cadeia de valor", aponta Monzoni. O desafio, diz ele, não se limita a impor critérios aos fornecedores, mas desenvolver soluções conjuntas - modelo de relacionamento que, aliás, é um dos princípios da chamada 'nova economia'.

Entre os exemplos, a Pack Less, de Cotia (SP), recebeu apoio da Braskem para desenvolver um sistema para movimentação de carga. São pallets (estrados) de plástico, mais leves e resistentes, que substituem similares de madeira e reduzem em até 85% as emissões de carbono, dependendo da operação logística. A solução chega a outras partes do mundo, via joint ventures. "Estamos homologando o produto para maior uso nas unidades industriais, o que exigirá mudanças na operação de empilhadeiras e na armazenagem da carga", explica Patrich Teissonneyre, da Braskem.

A empresa tem agenda com 200 iniciativas de inovação planejadas até 2020. "Entre as prioridades está racionalizar o uso de recursos, aumentar o ganho energético e reduzir o peso do produto final, como já acontece com baldes industriais e embalagens de frango congelado.

No campo, a busca por inovação atinge pequenos produtores de cacau, no Pará, que mudaram o sistema de cultivo para fornecer à Natura. O insumo, contido em 20% da composição de sabonetes, substitui matérias-primas tradicionais, como óleo de palma ou sebo de boi. "A produção tornou-se orgânica, integrada à floresta", conta Alessandro Mendes, diretor de desenvolvimento de produtos.

De igual modo, o uso de álcool orgânico em perfumes só foi possível graças à parceria com a destilaria Cerba, de Piracicaba (SP), idealizadora de um processo para retirar odores do produto fornecido pelas usinas da Native, que por sua vez ganhou um nicho de mercado.

"A prioridade é a ecoeficiência para reduzir custo e aumentar competitividade dos pequenos negócios atrelados à cadeia dos grandes", ressalta Suenia Sousa, gestora do Centro Sebrae de Sustentabilidade, em Cuiabá. A instituição financia a adaptação dos empreendedores às demandas da inovação, aumentando o efeito multiplicador das parcerias.

A indústria de embalagens, materiais que correspondem a 30% do lixo urbano, incorpora novidades. "Nos últimos anos, desenvolveram-se tecnologias para abrir mercado e criar escala para a reciclagem", diz Fernando von Zuben, diretor de meio ambiente da Tetra Pak. Há dez anos, todas as caixas de suco e leite vendidas no Brasil iam para lixões e aterros após o consumo das bebidas. Hoje há 32 empresas recicladoras que transformam o material em produtos, de telhas para a construção civil aos insumos para a indústria química, movimentando R\$ 85 milhões ao ano.

"A solução para o lixo representou um ótimo negócio", atesta Carlos Rettman, diretor da fábrica de cadernos Confetti, em São Paulo. A empresa patenteou um método que transforma embalagem longa vida em capas de alto padrão de acabamento, exportadas para os EUA para compor produtos com rótulo de sustentabilidade nas papelarias.

"O esforço é somar valor e desempenho ao produto reciclado", afirma Bruno Pereira, da Dow, que recentemente lançou tecnologia de resinas para embalagens flexíveis com 100% de polietileno, permitindo reduzir o desperdício de alimento. O material está em testes nas indústrias transformadoras, que buscam custo competitivo e economia de insumos de origem fóssil. "Novas necessidades surgirão a partir da nova lei brasileira de resíduos, aprovada em 2010", estima o executivo.

O assunto está na agenda do varejo. "Mais de 90% dos nossos impactos estão na cadeia de suprimento", justifica Camila Valverde, diretora de sustentabilidade do Walmart. O grupo planeja lançar neste ano a terceira edição de um programa que induz fabricantes ao fornecimento de produtos mais sustentáveis.