

14/09/2021 13:57:23 - EMPRESAS

ESPECIAL: EMPRESAS COMEÇAM A TRILHAR O CAMINHO DA ECONOMIA CIRCULAR

Por Alda do Amaral Rocha

São Paulo, 14/09/2021 - Iniciativas para promover a economia circular têm ganhado força entre empresas no Brasil nos últimos anos, ao mesmo tempo em que as preocupações com o impacto da atividade humana no meio ambiente crescem e a agenda ESG (relacionada às boas práticas ambientais, sociais e de governança) se torna obrigatória.

É verdade que falar em economia circular em um País no qual a coleta seletiva de lixo está longe de ser universal e a taxa de reciclagem de resíduos é irrisória pode até parecer ambição demasiada. Ainda há um longo caminho a seguir para que medidas que garantam o retorno de insumos a serem descartados às cadeias produtivas não sejam casos isolados. Nem a logística reversa, um dos pilares da circularidade, é disseminada no País, apesar de obrigatória desde 2017. Mas, para especialistas, a questão deve ter mais espaço nas empresas. "Seja por estímulo ou pressão, as empresas vão ter de se adequar", diz João Amato Neto, presidente da diretoria executiva da Fundação Vanzolini/Poli-USP, especialista em economia circular.

Uma das companhias que há anos olha a questão da circularidade é a Natura. Um de seus programas mais recentes na área começou em maio do ano passado, quando criou uma estrutura para receber embalagens vazias nas lojas físicas Natura e The Body Shop, do grupo Natura &CO. A cada cinco embalagens entregues, o consumidor recebe um produto como brinde. O material recolhido é reciclado e transformado em vasos, cones de trânsito, caixas para vegetais, entre outros utensílios.

Mesmo com a pandemia, o volume coletado nas 60 lojas no Brasil superou as expectativas e chegou a 10 toneladas, do início do programa até julho. "A Natura foi a primeira empresa a lançar refil (*de embalagens*) ainda em 1983, quando a circularidade ainda não era uma questão", diz Denise Hills, diretora global de sustentabilidade da Natura.

A companhia participa de outras iniciativas de logística reversa. O programa "Dê a Mão para o Futuro", do qual fazem parte todas as empresas do grupo Natura &CO (Natura, Avon, The Body Shop e Aesop), é uma ação coordenada pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), para que as empresas cumpram a política nacional de gestão de resíduos e dá suporte técnico e financiamento a cooperativas de catadores para a aquisição de equipamentos.

Já o "Natura Elos" fomenta cadeias de suprimento de material reciclado e envolve a Natura e fornecedores de embalagens (fabricantes, cooperativas e catadores). Em 2020, o programa recuperou 10,2 mil toneladas de material reciclado pós-consumo no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia e Peru.

Até 2030, a meta da empresa é ter 100% dos materiais das embalagens provenientes de insumos reaproveitados, recicláveis ou compostáveis. Atualmente, são 81%.

Para Denise, "um dos principais desafios para viabilizar a circularidade total é que esse é um movimento coletivo". À empresa, cabe buscar processos inovadores, "não só para desenvolvimento de produtos e de embalagens, mas também que permitam ao consumidor fazer mais escolhas". Segundo ela, o grupo Natura & Co, investiu, no último ano, US\$ 4,9 milhões em soluções "regenerativas", como tecnologias para produção de plástico verde, biodegradável e mudanças no design de embalagens para que contenham menos plástico.

Fabrizio Soler, advogado especializado em Direito Ambiental e Direito dos Resíduos, professor e consultor internacional sobre o tema, sócio do Felsberg Advogados, considera que as iniciativas para promover a

15/Set/2021 17:59

logística reversa no País têm avançado.

No segmento de embalagens, entre as mais relevantes estão a Coalizão Embalagens, a Dê a Mão para o Futuro (que também tem como parceiros a Abipla - Associação Brasileira das Indústria de Produtos de Limpeza e a Abimapi - Associação Brasileira da Indústria de Massas Alimentícias), e o Prolata (iniciativa da Associação Brasileira de Embalagem de Aço).

Segundo Soler, estima-se que as três iniciativas somadas ainda representem menos de 50% do mercado de embalagens no Brasil. Ele diz que as empresas que adotam programas têm conseguido cumprir a meta de “desviar” de aterros sanitários 22% das embalagens pós-consumo, como previsto em acordo setorial de logística reversa assinado com o Ministério do Meio Ambiente. “Quem faz consegue, o problema é que várias não fazem”.

Ponta do iceberg

O professor João Amato Neto, da Fundação Vanzolini, afirma que há hoje “muita preocupação” com o tema da economia circular nas corporações, principalmente nas grandes. Mas, na maior parte dos casos, até mesmo nas empresas maiores, a transição de um modelo de produção linear para o modelo de economia circular, ainda está em estágio inicial.

Ele diz, ainda, que é preciso “separar o joio do trigo” porque “há muito discurso e também uma parcela de práticas que não são de fato tão alinhadas com a questão de sustentabilidade, agora com esse novo rótulo da economia circular, muita prática de greenwashing”.

Mas Amato é otimista, mesmo que ainda haja questões básicas a enfrentar para viabilizar a circularidade, como o baixo índice de reciclagem de resíduos sólidos no País. “Estamos enxergando apenas a ponta do iceberg. O iceberg vai emergir em velocidade mais intensa nos próximos anos porque essa é uma questão que afeta os negócios”, diz. Além de consumidores mais preocupados, investidores também têm dado mais atenção aos aspectos ESG nas empresas.

Até a última chance



Profissional faz a separação de cápsulas de café Foto: Nespresso/Divulgação

A gigante de café Nespresso também tem ações em busca da circularidade e foca os esforços para reduzir o impacto ambiental das cápsulas de alumínio. A meta para o País é fazer com que metade delas tenha, até 2025, destino correto e possa voltar às cadeias produtivas. A empresa tem um programa de reciclagem das cápsulas no Brasil desde 2011, no qual investe R\$ 5 milhões ao ano. A taxa de reciclagem hoje está em 17% - era metade disso há cinco anos e o objetivo é alcançar 50% em 2025, segundo Cecília Seravalli, gerente de sustentabilidade da Nespresso.

Para atingir o objetivo, a empresa terá de oferecer mais opções de reciclagem. "É um número ao qual podemos chegar, com novas opções de reciclagem, novos pontos de coleta e conveniência, mas também engajando o consumidor", diz.

Nesse sentido, além de 200 pontos de coleta das cápsulas hoje no País - como as lojas Nespresso, do Pão Açúcar, hotéis e restaurantes -, desde março quatro agências também estão recebendo cápsulas, como parte de um projeto-piloto. Outra alternativa foi implantada em quatro capitais, nas quais o consumidor pode comprar online, usando a chamada entrega verde, feita de bicicleta e com a retirada das cápsulas para reciclagem. Uma terceira possibilidade, é enviar as cápsulas usadas pelos Correios, sem taxa.

A Nespresso tem parceria com 80 cooperativas de reciclagem, a maior parte em São Paulo e na Grande São Paulo, que separam as cápsulas no processo de seleção dos resíduos e as vendem à empresa de café. "É a última chance de pegar a cápsula antes de ela chegar ao aterro (*sanitário*)", afirma ela.

Todas as cápsulas recolhidas vão para o centro de reciclagem da Nespresso, em Osasco, no qual ocorre a separação do alumínio e do café. O alumínio é destinado à indústria siderúrgica. A borra do café, desde o ano passado, é usada por agricultores do programa Nespresso Hortas na produção de alimentos orgânicos, na zona sul da capital paulista.

Em nível global, a empresa também tem metas para o aumento do uso de materiais reciclados nas cápsulas, produzidas em três fábricas na Suíça. Até o fim deste ano, as cápsulas devem ser produzidas com 80% de alumínio reciclado.