

Marfrig faz controle de emissão de gases

Objetivo é que toda a cadeia de fornecedores converta atividades industriais, comerciais e de serviços em uma economia de baixo carbono

O grupo Marfrig tornou-se o primeiro no setor de proteína animal no mundo a iniciar um processo de mapeamento das emissões de gases de efeito estufa (GEE) em sua cadeia de suprimentos, anunciou com exclusividade ao **BRASIL ECONÔMICO** seu diretor de sustentabilidade, Cléver Pirola Ávila.

Um grupo de fornecedores foi convidado para responder ao questionário do CDP Supply Chain, programa do Carbon Disclosure Project, maior plataforma de reporte de dados climáticos. Com esta iniciativa, o Marfrig pretende converter cada vez mais suas atividades industriais, comerciais e de serviços em uma economia de baixo carbono, previsto no Plano Estratégico de Mudanças Climáticas e Recursos Naturais da empresa.

“Esta é a primeira vez que a Marfrig ouvirá seus fornecedores usando a metodologia do CDP Supply Chain”, diz Ávila.

Segundo ele, a ação terá papel fundamental na estratégia do grupo, uma vez que aproximadamente 95% das emissões de gases de efeito estufa ao longo de sua cadeia produtiva são provenientes da rede de fornecimento e apenas 5% são das suas atividades diretas. “A intenção é chamar esses fornecedores à discussão e pensarmos, em conjunto, como desenvolver processos e produtos com pegada menor de carbono”, explica, argumentando que além disso, os dados serão úteis para aperfeiçoar a composição do inventário de carbono da companhia, com uma medição mais próxima possível da realidade.

A Marfrig já finalizou seu segundo inventário de carbono, com previsão para ser publicada nos próximos meses.

O primeiro, divulgado em



Inventário de carbono do Marfrig abrange 152 unidades e 22 países

Cerca de 95% das emissões de gases de efeito estufa na cadeia produtiva do Marfrig são provenientes dos fornecedores

2011, mapeou as 152 unidades fabris do grupo em 22 países. O documento revelou que a atividade no Brasil, por abrigar o maior parque fabril do grupo, foi responsável pela emissão de 41% do total de gases, enquanto os demais países com operações da Marfrig tiveram menor con-

tribuição, como EUA (16%), Uruguai (10%), Reino Unido (9%), Argentina (5%).

“Com o CDP Supply Chain, os parceiros irão nos informar o quanto emitiram de GEE para o fornecimento específico à Marfrig ou irão desenvolver ações para chegar a estes dados”, destaca.

Até final de julho deste ano, 53 fornecedores representativos da cadeia de fornecimento da empresa no Brasil, entre os quais produtores rurais, fornecedores de energia, de embalagem, de grãos e operadores logísticos, devem informar etapas completas ou parciais de sua operação. ■ **C.R.C.**



LUCIANO MARTINS COSTA

Jornalista e escritor, é coordenador do curso de gestão e mídias digitais da GV-PEC

“Portas abertas” em um mundo sem paredes

Há uma conexão evidente, mas pouco discutida, entre o conceito de desenvolvimento sustentável e as novas tecnologias de informação e comunicação. No entanto, não é fácil encontrar bons trabalhos acadêmicos ou pesquisas no ambiente de gestão suficientemente abrangentes para fazer a ponte necessária entre o conhecimento sobre o estado do mundo contemporâneo, com seus desafios sociais e ambientais, e as amplas e inéditas possibilidades das redes sociais digitais ou dos potencialmente infinitos sistemas de estocagem e gerenciamento de informações.

Além do filósofo Vilém Flusser, que começou no Brasil seus estudos sobre a sociedade mediada por computadores, os pesquisadores da questão comunicacional costumam respaldar suas reflexões em fontes que denunciam certo recorte ideológico que, a rigor, representa um aviso prévio do limite da própria reflexão. O ambiente hipermediado em que estamos mergulhados exige uma ampliação do esforço teórico, de modo a tornar o pensador capaz de transcender os programas restritivos que acompanharam até aqui as análises sobre o funcionamento do ser humano e da cultura.

Uma operação bem-sucedida nas redes sociais digitais pode virar um pesadelo se alguém descrever uma experiência negativa, revertendo e amplificando a intenção da mensagem original

A questão se torna ainda mais complicada quando consideramos que o tema da sustentabilidade abre outro leque tão amplo quanto o desafio de pensar a comunicação digital. No entanto, a maioria dos estudos e lucubrações se prende ao tema ambiental, no qual algumas poucas equações e um mínimo de honestidade intelectual bastam para compor um arcabouço teórico e aplicações práticas aceitáveis. Quando, po-

rém, tentamos agregar à preocupação ambiental outras questões inerentes ao desenvolvimento da sociedade humana, começam os cruzamentos de problemas que mexem com dogmas ainda não superados. A temática da responsabilidade social corporativa, por exemplo, mexe com o vespeiro do papel da iniciativa privada e os limites de sua atuação em áreas historicamente destinadas ao Estado.

A consolidação do ambiente comunicacional chamado de digital ou cibernético reproduz os desafios existentes no chamado mundo físico e acrescenta novas questões. A grande profusão de manuais e modelos de uso das mídias digitais patina na mesma deficiência: as empresas que se dispõem a dialogar com seus públicos no contexto das redes interconectadas laboram no escuro, uma vez que as métricas disponíveis para mensuração de seus resultados se limitam a cruzar dados demográficos e valores de interação, mas não são capazes de detectar aspectos menos tangíveis como o humor, os preconceitos, o peso de experiências positivas e negativas com determinada marca.

Assim, uma operação bem-sucedida nas redes sociais digitais pode virar um pesadelo instantaneamente se em algum ponto dessas conexões alguém descrever uma experiência negativa, revertendo e amplificando a intenção da mensagem original. Em geral, tais operações vêm acompanhadas de assertivas do tipo: “nossa empresa tem uma política de portas abertas”. Mas a comunicação de estratégias de sustentabilidade no cenário em que tudo pode se tornar público coloca a questão da transparência da organização em um nível no qual as grandes oportunidades se mesclam a riscos inéditos. E quando se fala em redes digitais, é preciso lembrar que não basta falar em “política de portas abertas” se o mundo já não tem paredes. ■

Edificações mais sustentáveis

Empresas de construção vão em busca de consultoria para garantir edificações cada vez mais sustentáveis

A busca por um mundo mais sustentável tornou mais constante a preocupação das empresas de construção com a certificação de suas obras. Segundo o arquiteto da consultoria Otec, David Douek, esse é um dos meios que as construtoras e incorporadoras encontram para demonstrar

à sociedade que também estão engajadas nessa luta.

Para tornar mais fácil acesso à certificação, Douek conta que a empresa oferece consultoria de sustentabilidade e eficiência energética voltada para projeto, obra, operação e manutenção ambientalmente responsável de edificações. As busca das empresas, segundo o arquiteto, é por certificações Leed (Leadership in Energy and Environmental Design), criada pelo U.S. Green

Building Council; pela Alta Qualidade Ambiental (Aqua), desenvolvida pela Fundação Vanzolini da Universidade de São Paulo; e Programa de Conservação de Energia Elétrica (Procel).

“A conquista dessas certificações significa uma vitória, um diferencial para as construtoras no momento de apresentar seu produto ao mercado, principalmente ao cliente, que hoje leva muito a sério esse assunto”, finaliza. ■ **C.R.C.**