

Florestas certificadas são prioridade na área ambiental

Evento em São Paulo reúne executivos do setor que reiteram interesse crescente em selos como FSC e Cerflor. Consumidores finais e grandes compradores, como a fabricante de embalagens Tetra Pak, também sinalizam a busca por documentação que comprove a correta gestão dos recursos naturais

Por Marina Faleiros

O que era tendência virou fato: a certificação florestal já faz parte da dinâmica de toda a indústria de celulose e papel, e os clientes exigem, cada vez mais, selos que comprovem boas práticas ambientais e sociais na hora de adquirir produtos. “A certificação tem um impacto importante no mercado; quem não paga a mais por isso, hoje, logo irá fazê-lo, pois os mercados consumidores vão demandar esses produtos”, afirma Antônio Maciel, presidente da Suzano. O executivo foi um dos palestrantes do evento *Brasil certificado*, realizado no mês de abril em São Paulo e que contou com a presença de diversos CEOs do setor florestal e membros de instituições certificadoras.

Conforme Roberto Waack, presidente do Conselho Internacional do *Forest Stewardship Council* (FSC) – no País, chamado de Conselho Brasileiro de Manejo Florestal –, o Brasil é um dos principais mercados de certificação florestal do mundo. “Não há modo de as empresas daqui não se destacarem dentro da instituição, devido ao potencial das florestas e ao mercado global de produtos florestais conquistado pelas empresas brasileiras”, diz.

José Luciano Penido, presidente do conselho da Fibria, ressaltou, durante o evento, que a companhia está comprometida em certificar todas as suas áreas

florestais pelo FSC e pelo Programa Brasileiro de Certificação Florestal (Cerflor). “Nossa forma de gerenciar as florestas tem de atender às exigências dos dois órgãos certificadores. Assim, nossos clientes podem decidir qual selo é melhor para o seu negócio”, explica. Segundo ele, as unidades de Três Lagoas (MS) e Jacareí (SP) e também a da Veracel na Bahia, administrada pela Fibria com a Stora Enso, já possuem o FSC. A empresa está em processo de obter a mesma certificação para a unidade da antiga Aracruz, no Espírito Santo, que deverá estar completa em 2013, além do selo do Cerflor para a planta de Jacareí.

Penido diz que a empresa tem plena convicção da importância da certificação florestal para contar com um modelo de gestão que leva à sustentabilidade florestal. Segundo ele, a exigência pelo constante melhoramento de padrões e práticas é um instrumento poderoso para mobilizar transformações que valorizam a sociedade, resultando em benefícios concretos. “Por isso tudo, consideramos fundamental na estratégia de nosso negócio o sistema de certificação, que também gera interação com órgãos públicos, abre novas oportunidades no mercado mundial e traz o reconhecimento internacional de nossos produtos”, explica.

Na avaliação de Sergio Amoroso, presidente do Grupo Orsa, também é

importante considerar que os consumidores brasileiros ainda não estão conscientes da importância dos selos e, por isso, acabam não valorizando adequadamente os produtos certificados. “As empresas do setor devem desenvolver estratégias de comunicação para que o consumidor consiga diferenciar e perceber o valor desses produtos. Em contrapartida, o Estado deve agir como indutor do pensamento favorável diante de um produto certificado”, afirmou.

Maciel, da Suzano, ressalta que as certificações são fundamentais para garantir a sustentabilidade econômica social e ambiental, além de ajudarem no desenvolvimento das comunidades onde a empresa atua. “A busca pelos selos tem grande destaque dentro do conselho da empresa, pois a sustentabilidade está na nossa estratégia de negócio”, diz. Além disso, a empresa está indo além, buscando a certificação da cadeia de custódia para todas as suas unidades, já obtidas para Mucuri (BA) em 2004 e Suzano (SP) em 2006. “Praticamente todas as nossas áreas são certificadas pelo FSC e temos uma extensão muito grande de Cerflor. A partir de 2009, começamos o processo de certificação das áreas de nossos fomentados, o que fará uma diferença tremenda em toda a cadeia de custódia”, aponta. O trabalho da Suzano de disseminar a certificação


também atinge clientes finais, como as gráficas. No total, 29 dos clientes gráficos da Suzano receberam apoio para obter o selo, com assistência técnica.

Mario Abreu, diretor global de Meio Ambiente, Floresta e Suporte à Cadeia de Suprimentos da fabricante de embalagens Tetra Pak, conta que, no Brasil, a empresa utiliza somente papel certificado e que, em outras regiões, a compra desse produto só não atinge 100% pela falta de oferta. “A tendência é de que a procura cresça cada vez mais”, aponta.

Para ele, o cuidado com o meio

ambiente tem uma evolução orgânica dentro do mercado ao longo dos anos. Em 1994, por exemplo, a Tetra Pak começou a fazer avaliação dos fornecedores, incluindo já questões sobre meio ambiente. Em 2001 assumiu o primeiro compromisso público de ter apenas fornecedores que seguissem o princípio de sustentabilidade. Com isso, em 2004, parte das embalagens da empresa já tinha o selo FSC, e em 2006 a própria empresa tornou-se membro do FSC. “Atualmente vendemos 2,3 bilhões de embalagens por ano com certificação FSC, o que ainda é pouco comparado ao volume produzido, que

chega a 145 bilhões. Nossa meta é chegar a 100%”, diz Abreu.

“Os debatedores e os expositores mostraram a importância dos selos certificadores como instrumentos de gestão para a sustentabilidade, tendo em vista a projeção desse tema na atualidade e a forte tendência de que se torne, cada vez mais, uma demanda da sociedade e dos mercados globais. As empresas do setor já incluíram as certificações em seus processos e estratégias de negócios, alcançando resultados muito positivos”, afirma Elizabeth de Carvalhaes, presidente executiva da Bracelpa. 

MERCADO IMPULSIONA CERTIFICAÇÃO

O debate cada vez mais amplo e transparente sobre as certificações é um dos termômetros para entender como esses modelos de controle estão ficando cada vez mais conhecidos do público e mais requisitados pelas empresas. Para Waack, do FSC, eventos que debatem o tema são de extrema importância para esclarecer o exato significado de uma empresa estar certificada, já que ainda existem muitos selos e nomenclaturas que confundem o consumidor: “Hoje em dia existe um uso exacerbado do termo ‘certificado’ e precisamos mostrar de forma clara o que cada um representa”, explica.

Uma das grandes questões em torno da certificação refere-se ao custo do processo e também à disposição do cliente final de pagar a mais para reconhecer o esforço das empresas que se empenharam em obtê-la. De acordo com Waack, o custo de obtenção do FSC é moderado, mas as adequações necessárias geralmente são muito pequenas se a empresa já trabalha com conceitos de sustentabilidade. “Quem cumpre a legislação ambiental e é responsável no trato com a natureza e a sociedade geralmente não precisa investir grandes quantias para modificar práticas que atendam aos requisitos do FSC”, explica.

Do lado do cliente, Maciel explica que, antes da crise financeira internacional, a companhia tinha, por exemplo, em torno de cinco clientes que aceitavam pagar um pouco mais pela celulose vinda de florestas certificadas. Agora, porém, esse movimento diminuiu. “Se, no entanto, um comprador encontra no mercado concorrentes com o mesmo preço e um deles é certificado, não pensa duas vezes e compra desse fornecedor”, diz. Para o presidente da Suzano, a tendência é muito forte para a exigência de certificação: “Não temos ainda vantagem de preço, mas vamos continuar investindo nisso, pois é uma oportunidade de mercado.”

Para Abreu, da Tetra Pak, mesmo as empresas que compram papel estão muito atentas a como se adequar a bons modelos de gestão ambiental e social. Ele faz um histórico nesse sentido: nos anos 1970, o foco estava em recuperação, energia, criação de embalagens retornáveis e como lidar com o lixo e o desperdício; na década de 1980, passou a ser a emissão de gases no ar e o transporte, e, na de 1990, as prioridades eram encontrar maneiras de preparar a embalagem para ser reciclada e a criação de relatórios ambientais. “A partir de 2000, começou a se falar de mudanças climáticas, metas de consumo de eletricidade e emissão de carbono, indicadores de performance no ciclo de vida e parceiros na área ambiental”. Nesse ponto entraram as certificações, que ajudam a orientar o consumidor no meio disso tudo. “Começamos a buscar papel certificado; por isso, muitas das nossas embalagens já vêm com o selo FSC”, diz.

Para Penido, da Fibria, a estruturação do selo FSC oferece condição para que o órgão seja um participante ativo nas discussões sobre os desafios da cadeia florestal. Por esse motivo, ele chama a entidade para ajudar a debater, também, os problemas sociais do País: “O Brasil passou por um processo de urbanização muito intenso, e permaneceram no campo aqueles que tiveram menos acesso à educação.” Segundo ele, as empresas esqueceram-se de colocar em suas estratégias essas pessoas: “Por isso o FSC seria muito bem-vindo nas discussões regionais de diagnósticos e programas que as comunidades desejam”, diz.

Maciel ainda ressalta que os efeitos da certificação vão muito além do valor tangível, já que até mesmo entre os funcionários é possível constatar mais satisfação no trabalho e na produtividade, por saberem que estão numa empresa que não causa danos ao meio ambiente. “A certificação que comprova a credibilidade do que é feito dentro das empresas ajuda a acompanhar a legislação.”