

■ LEGISLAÇÃO

CONCORRÊNCIA

Corte indefere pedido da MasterCard e Visa nos EUA

Bloomberg News
de Washington

A Suprema Corte dos Estados Unidos indeferiu pedido da Visa International e da MasterCard International para continuar proibindo que 34 mil bancos membros distribuam cartões de crédito da American Express e da unidade Discover Card, do Morgan Stanley. American Express e Discover Financial Services classificaram a medida como uma vitória dos consumidores e informaram que pretendem fazer uma parceria com os bancos. "Começou uma nova era de maior opção dos consumidores americanos e das instituições financeiras", afirmou em comunicado Kenneth Chenault, da American Express.

Os juizes em Washington mantiveram intactas as decisões dos tribunais de instâncias inferiores de que as redes de cartões de crédito violaram a lei da concorrência ao proibir que os seus membros emitissem cartões concorrentes. Visa e MasterCard disseram que os tribunais de instância inferior erram ao decidir que as normas de lealdade dos bancos membros eliminaram ilegalmente a concorrência. E argumentaram que as regras proibiam os bancos de fazer "negócios paralelos" com a American Express ou com a Discover que prejudicassem as redes. Os bancos têm permissão para emitir tanto cartões MasterCard como Visa.

A Visa anunciou em um comunicado que a decisão da alta corte "não altera o fato de que a American Express ainda enfrenta o problema de sempre" de que os clientes que querem o cartão da American Express "ou já tem um, ou sabe como conseguir um". Vários grandes emissores de cartões de crédito para bancos americanos agora vão "optar por fazer parceria com a American Express", disse David Robertson, publisher do "Nilson Report", que cobre o setor de cartões de crédito.

■ MEIO AMBIENTE

SUSTENTABILIDADE

Negócios e ambiente no relatório da Natura

Empresa apresenta resultado financeiro e social em um só balanço, na melhor tradição da gestão socioambiental

Andrea Vialli
de São Paulo

Na ocasião do lançamento do relatório anual de 2003, o diretor de assuntos corporativos da Natura Rodolfo Guttilla, ouviu de um executivo que a empresa está fortalecida com as comunidades extrativistas do Norte do País, de onde saem os principais insumos para a fabricação da linha Ekos, carro-chefe da empresa. A principal ação nesse sentido é o programa de certificação de ativos naturais ou vegetais, que tem o objetivo de certificar as matérias-primas da biodiversidade brasileira, de modo a garantir um extrativismo sustentável e o desenvolvimento regional.

O executivo em questão era o holandês Ernst Ligteringen, nada menos que o cabeça do Global Reporting Initiative (GRI), organização que desde 1977 fornece diretrizes para empresas no mundo todo sobre como relatar as práticas sustentáveis desenvolvidas no âmbito corporativo. "Não fazia mais sentido, dentro da nossa estratégia de gestão, fornecer as informações financeiras desvinculadas do resultado socioambiental", explica Guttilla. A empresa integra o grupo das 30 grandes corporações internacionais que adotaram o modelo GRI em seu balanço.

O relatório da empresa segue as linhas mestras do Instituto Ethos de Responsabilidade Social e, no campo do desempenho nos negócios, as orientações da Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec) e da Associação Brasileira das Companhias Abertas (Abrasca).

Mas não é só na elaboração de seus resultados que a Natura inova. Com números robustos de gestão ambiental (ver quadro), a empresa se diferencia em ações como a reciclagem de resíduos como o bulk — insumo da produção de cosméticos, que anteriormente ia para incineração e hoje é vendido a outras empresas — e na Análise do Ciclo de Vida (ACV), ferramenta ainda pouco difundida no Brasil, mas que

permite avaliar o impacto causado pelas embalagens dos produtos no meio ambiente, e fornece dados para a substituição por outros materiais.

A empresa também está fortalecida com as comunidades extrativistas do Norte do País, de onde saem os principais insumos para a fabricação da linha Ekos, carro-chefe da empresa. A principal ação nesse sentido é o programa de certificação de ativos naturais ou vegetais, que tem o objetivo de certificar as matérias-primas da biodiversidade brasileira, de modo a garantir um extrativismo sustentável e o desenvolvimento regional.

Em 2003, foram certificados três ativos — mate verde, cacau e guaraná. Todo o processo é feita pela organização não-governamental Imaflores (Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola), responsável pela concessão do selo FSC, do Forest Stewardship Council.

A empresa criou ainda o Fundo Natura para o Desenvolvimento Sustentável da Comunidade de Iratapuru, no Amapá, que vai destinar 0,5% da receita líquida da venda de produtos que contém óleo de castanha fornecido por essa comunidade. Localizada no município de Laranjal do Jari, a 420 quilômetros de Macapá, a reserva extrativista deverá fornecer ainda óleo de copaíba, breu e cumaru para a empresa.

No total, a empresa trabalha com sete comunidades extrativistas, nos estados do Amazonas, Pará e Amapá. A escolha das comunidades se baseia em grupos com organização social minimamente estruturada, com interlocutores como associações e cooperativas.

Gestão de resíduos

Dentro da política de diminuição dos resíduos, a Natura firmou parcerias para a venda do resíduo de bulk para uma fabricante de sabão.



Rodolfo Guttilla

Os números da Natura

Ambiente	Negócios
Investimento em meio ambiente 2003 R\$ 2,2 milhões	Aumento da produção em relação a 2002 26,8%
Reuso de água tratada 29%	136 milhões de unidades produzidas
Reciclagem de resíduos 51,6%	Crescimento das vendas 35,4%
Redução do consumo de água em relação a 2002 4,5%	Lucro líquido R\$ 63,9 milhões
Redução no consumo de energia elétrica 0,9%	
Redução na geração de resíduos 5%	

Fonte: Empresa

O bulk, termo utilizado em cosmética, é a base da formulação dos produtos, quando não tem ainda a sua especificação — assim, há o bulk de perfume, de shampoo, do batom, dos cremes. No processo de produção dos cosméticos, há duas situações que geram resíduos de bulk: o que sobrou do que foi preparado e ficou fora do padrão de qualidade; e o bulk proveniente da raspagem (limpeza) dos reatores e tubulações.

O resíduo, que contém soda cáustica e óleos em sua composição, era encaminhado à incineração, a um custo de R\$1.200/tonelada. Agora, é vendido a R\$ 1/tonelada, o que elimina os gastos com incineração e ainda agrega um lucro simbólico à Natura. Mensalmente, sobram 8,6 toneladas de resíduos de bulk. "Anualmente, deixamos de gastar R\$ 100 mil com custos de incineração e ainda recebemos R\$ 90", conta Eliane Anjos, gerente de meio ambiente da Natura.

A empresa investiu R\$ 97,9 mil

na implantação de um centro de compostagem na fábrica em Cajamar, na Grande São Paulo. Ali, todas as sobras orgânicas geradas na empresa — do restaurante às podas de jardim — são transformados em composto orgânico, que substitui a terra vegetal usada na manutenção das áreas verdes da empresa. "É mais um passo para minimizar a geração de resíduos", diz Guttilla.

Análise do ciclo de vida

Hoje, nenhuma nova embalagem da empresa é lançada sem que seja feita a análise do ciclo de vida do produto. Trata-se de uma ferramenta de gestão, um software desenvolvido na Holanda que auxilia na identificação dos impactos ambientais causados pelos produtos lançados pela empresa. Avalia variáveis como a contribuição do produto para o aquecimento global e diminuição da camada de ozônio, além das características do material, consumo de energia em sua fabricação, o quanto pode ser reciclado, entre outros as-

pectos. "Um dos maiores impactos ambientais de nossas atividades é proveniente do descarte das embalagens", explica Gutilla.

No ano passado, a ferramenta foi inserida no processo formal de lançamento de produtos da Natura, a princípio com foco nas embalagens. Os técnicos chegaram à conclusão de que um dos materiais que mais causavam impacto eram as sacolas plásticas usadas para enviar os produtos às consultoras. Com isso, foi feita a substituição por sacolas de papel 100% reciclado, a um investimento de R\$ 3 milhões, que reduziu em 22% o impacto no ambiente. Na mesma linha, a empresa substituiu o plástico que embalava as notas fiscais da consultoras por plástico biodegradável, em uma atitude pioneira no País. "Da mesma forma, introduzimos o conceito de uso de refis no mercado brasileiro de cosméticos, o que estimula uma reutilização das embalagens por parte do consumidor, com menor descarte de lixo", explica Renato Wakimoto, gerente de desenvolvimento de embalagens da Natura. Entre os parâmetros que regem a escolha de determinada embalagem, estão os materiais que irão compor o produto, o peso e o índice de reciclabilidade, fornecido pelo Compromisso Empresarial para a Reciclagem (Cempre), entidade que faz levantamentos sistemáticos sobre os índices de reciclagem no Brasil.

A meta da empresa para o próximo ano é estender a análise do ciclo de vida para 100% dos produtos, e não apenas para as embalagens. "Hoje, nenhum produto é lançado se o impacto calculado for maior que a média de sua categoria. E essas informações são obtidas com o uso do software", explica Wakimoto.

Respalhada pelo elogio de Ernst Ligteringen, o executivo do GRI, a Natura pretende continuar com o modelo de relatório que congrega as informações financeiras e socioambientais. A inovação vem consolidar a já fortalecida imagem institucional da Natura, lembrada como uma empresa que se esforça para ser eficiente do ponto de vista socioambiental.