

Sustentabilidade Ambiental: Avaliação do Ciclo de Vida do Produto

Eloy Fenker (*)

Sabe-se que tudo que é matéria provém da natureza e a ela volta. Da mesma forma, tudo que é produzido nas empresas. Por isso, é fundamental que o planejamento e produção contemple uma análise do ciclo de vida do produto. O custo total de produção de um produto deveria contemplar todos os custos do ciclo de vida, em toda a cadeia de valor, que inclui a extração, transformação, transporte, uso, reuso, manutenção, reciclo, retorno e deposição final.

Os custos ambientais vêm crescendo sistematicamente em função de exigências legais e sociais e por isso mesmo, sua identificação, mensuração, evidenciação e gestão passam a ser fator crítico de sucesso das empresas. Uma das ferramentas atualmente indicadas para entender o efeito financeiro e ambiental sobre produtos e serviços é a Avaliação do Ciclo de Vida - ACD (Life Cycle Assessment- LCA) .

Esta avaliação visa identificar todos custos e benefícios internos e externos associados com o produto ou atividade, através dos estágios de sua vida, para a empresa e para a sociedade. A gestão dos custos ambientais está associada aos impactos da atividade, que são identificados através de direcionadores de atividades e direcionadores de custos, característicos dos sistemas de custeio por atividade (Activity-based costing- ABC). Os custos de um produto envolvem a produção passada, presente e futura, em todo o seu ciclo de vida, logo, uma adequada avaliação permitirá gerir os custos presentes e futuros e, com isso, sua otimização.

No processo de avaliação, estão incluídos todos os participantes diretos da cadeia de valor, como os fornecedores e consumidores, e aqueles indiretamente interessados no desempenho ambiental da cadeia de valor, os stakeholders ambientais, incluindo-se entre eles governos, sociedade, ambientalistas, comunidade, vizinhança, população em geral e até as gerações futuras, conforme proposto pela ONU, no conceito de desenvolvimento sustentável.

O cumprimento da legislação ambiental já não é o objetivo maior das empresas: este é o mínimo a que elas são obrigadas. A eco-eficiência, termo que sintetiza economia ambiental, permite, conhecido o ciclo de vida do produto e os efeitos presente e futuros, as atividades e os direcionadores de custos, minimizar os custos ambientais internos e externos e ao mesmo tempo gerar economias. Como exemplo, cada vez mais as empresas serão obrigadas a receber e destinar o retorno de produtos ou embalagens. Isto gera custos de transporte, armazenagem, tratamento e deposição. Com isto, têm os gestores um desafio que consiste: a) de um lado, produzir de forma a poder reutilizar o máximo possível dos componentes e b) minimizar o uso de componentes de itens não reutilizáveis, como forma de também reduzir o custo de sua deposição. Este processo, denominado 3R, consiste em Reduzir, Reusar (ou remanufaturar), Reciclar, como forma de preservar a natureza e ao mesmo obter ganhos financeiros presentes e futuros.

Uma terceira dimensão a ser considerada no processo decisório, consiste numa atuação ética e socialmente responsável. Uma vez que as empresas desempenham suas atividades visando atender necessidade sociais, e recebem autorização social para atuar, são eticamente responsáveis por corresponder aos anseios, crenças e valores desta mesma sociedade, consubstanciados no atendimento de suas aspirações maiores de qualidade de vida e garantia de futuro sustentável. Desta forma, os custos de atendimento a estas necessidades correspondem a investimentos intangíveis de sustentabilidade. É função dos administradores incorporar nas organizações os valores éticos, as crenças e valores da sociedade, como única forma de se manterem competitivos de forma sustentável. Empresas que não aderirem a este novo paradigma economico-socio-ambiental - Triple Bottom Line têm seu futuro comprometido.

Para sucesso de uma política de atuação ambiental responsável, é imprescindível, além de incorporar ética e valores ambientais nas estratégias e nos manuais da empresa, ou nos sites de internet, sua implementação efetiva, com a participação ativa de todas as pessoas, incluindo direção e empregados. Este processo deve permear todos os níveis hierárquicos e todas as atividades, e a todo o dia. Nas reuniões, nos debates, nas pesquisas, nos projetos, na produção, nas avaliações, a questão ambiental deve ser tema obrigatório. Todos precisam ser incentivados a encontrar formas de atender aos objetivos da eco-eficiência, recebendo recompensas materiais e salariais pelo desempenho e economias assim gerados, sem o que as intenções não passam de manifestações formais, que acabam corroendo a credibilidade da organização junto ao público interno e também externo, com prejuízos intangíveis que podem comprometer a competitividade, a imagem e, conseqüentemente, a sustentabilidade a longo prazo.

A implementação de uma estratégia corporativa de sustentabilidade ambiental poderia contemplar os seguintes passos:

a) Definir e adotar uma estratégia ambiental, incorporada à estratégia geral (sugere-se a inclusão desta dimensão no Balanced Scorecard - BSC); b) Alinhar toda organização, em todos níveis, à estratégia; c) Identificar e mensurar os efeitos ambientais, incluindo custos e benefícios em toda a atividade e ciclo de vida do produto e cadeia de valor; d) Relacionar as atividades relacionadas com consumo de recursos naturais e seus impactos ambientais positivos ou negativos; e) Integrar todas as os efeitos ambientais presentes e futuros (custos e benefícios) em todas as decisões, tais como desenvolvimento, custo, produção, distribuição, preço de venda, uso, pós-uso, investimentos de capital, etc. f) Integrar as análises financeiras (custo/benefício, retorno etc.) e de risco em todas avaliações e decisões ambientais; g) Adotar um programa de incentivo e recompensas aos funcionários em função do desempenho ambiental; h) Integrar os relatórios de análise de desempenho ambiental com os demais relatórios de desempenho estratégico; i) Preparar e divulgar relatórios de desempenho a todo o público interno e externo; j) Manter um acompanhamento sistemático em toda a empresa, em todos os níveis, dos efeitos das decisões em matéria ambiental de forma a atualizar as estratégias e manter o alinhamento, adequando ao cumprimento das metas ambientais. A inovação contínua em matéria ambiental deve ser incorporada ao um programa geral de melhoria contínua.

Baseado em artigo de Marc J.Epstein Business Horizons Set./Out. 1996

* Contador, auditor, pós-graduado em Auditoria (UFRGS/BACEN); pós-graduado em Finanças (UFRGS); ex-professor universitário (UFRGS); mestrando em Contabilidade - Gestão Estratégica de Custos Ambientais (Unisinos-RS); membro da Associação Brasileira de Custos - ABC - e da Environmental Management Accountants Network Europe - EMAN-EU