

MEIO AMBIENTE E SOCIEDADE

INFORME SETORIAL

“A sociedade é que vai mudar o Brasil”

Executivo avalia novo cenário em que consumidor ganha espaço e jovens defendem meio ambiente.

O Estado de S. Paulo

Para Barbosa, novos padrões de consumo ‘vieram para ficar’.

Longo prazo, ‘Meio ambiente importa porque o objetivo da empresa não é lucrar no ano, é perenizar o lucro’.

Foi há 22 anos que o executivo Fabio Barbosa se deu conta de que uma empresa “não pode ignorar o impacto que causa na sociedade”. É do meio ambiente que ele fala – e essa visão o acompanhou numa bem-sucedida carreira que, a partir de um curso de administração na FGV, o levou de início a funções administrativas na Nestlé e no Citibank e depois a presidir, entre outros, Banco Real, Santander, Febraban e Grupo Abril.

Ao longo desses anos, Barbosa – hoje sócio da Gávea e integrando conselhos de Natura, Itaú e Ambev – viu a paisagem à sua volta mudando e emergirem três grupos atuando no mercado. Os consumidores, que incluem o meio ambiente no padrão de suas decisões. Depois, os investidores, em especial os mais jovens, que se recusam a investir em quem promove o desmatamento. E ainda os talentos que “não querem trabalhar em uma empresa que não partilhe de sua visão da socieda-

de”.

Na contramão de outros executivos, preocupados com os maus números da economia, Barbosa, nesta conversa com Cenários, se mostra otimista. “Vejo, no meio ambiente, uma mobilização que me deixa animado. Jovens com consciência ambiental, mas também social, ética e cidadã que não via na minha geração.” A partir disso, uma constatação de peso: “É a sociedade é que vai mudar o País, não o governo”. A seguir, trechos da entrevista.

Você está envolvido com a questão do verde, acha que os empresários entraram um pouco tarde no tema?

Poderia dizer que sim, um pouco tarde. Lá atrás isso foi visto como coisa passageira e que conflitava com os objetivos do negócio. Nunca como uma tendência irreversível. Era uma coisa marginal, tipo “põe lá uma pessoa dos recursos humanos, mas não traz para a estratégia do negócio”. Hoje o assunto se tornou central.

Quando foi que caiu a sua ficha de que isso tinha de ser olhado de outro modo?

Comecei a mexer com o tema há 22 anos. Caiu a ficha quando vi que a empresa não pode mais ignorar o impacto que ela causa na sociedade e que temos decisões a tomar. Por exemplo, constatar que o banco financiava extração ilegal de madeira no Pará. Mas vimos, também, que há muita empresa querendo trabalhar de forma equilibrada.

Tem empresa que trabalha desde 1986 com preservação e sempre foi ignorada.

Você tem razão. Hoje vemos empresas querendo trazer isso para dentro da estratégia. E por que isso? Porque temos hoje três grupos atuando no mercado. Um, os consumidores, jovens em particular, que mudaram seu padrão de consumo e

querem saber de onde vem o alimento, se foi de área desmatada, se a embalagem plástica é reciclável, se o produto tem muito açúcar, muito sal, muita gordura. Então, as empresas têm de ficar espertas. Segundo, o investidor jovem dizendo “Não quero investir em empresas que fazem desmatamento”. Terceiro, os talentos. Falo de pessoas que querem trabalhar numa empresa que comungue com ele nessa visão da sociedade. Cada dia vai ter mais consumidores, mais investidores, trazendo ao mercado esse padrão de avaliação.

Como convencer alguém que produz algo por 10 e que, se respeitar as regras ambientais isso vai custar 10 + X? Governos deveriam fazer algo a respeito?

Eu prefiro nem falar de governo entrando nisso. O que eu diria é que existe muito falso dilema, gente achando que é mais caro quando não é. Existem energias alternativas chegando e o custo da energia limpa está muito mais barato. O importante é que, para a empresa, o objetivo não é maximizar o lucro do ano, é perenizar o lucro. Quem não estiver atento a esse novo padrão de consumo vai ficar fora do mercado.

Como vê hoje o Brasil no debate sobre a questão do carbono?

O Brasil tem um potencial enorme para ser uma potência verde na questão do crédito de carbono. Ele é um grande emissor de carbono por causa do desmatamento. Mas a nossa matriz energética é limpa, largamente hidrelétrica, Europa e Estados Unidos têm uma matriz suja. Como disse, temos um novo padrão de consumo. Não tem autoridade, nada. Tem lá fora um consumidor que diz “eu não quero carne do Brasil se não for provado que vem de área não desmatada”. O supermercado que prove.

Fora da questão ambiental, como vê as ações do governo na economia?

O mundo inteiro está passando por um problema gigantesco. Os EUA bateram

nos 8% de inflação em 12 meses e devem chegar aos 10%. Quanto a nós, passamos 12, 16 anos sem colocar o dedo na ferida. O País era a sétima economia do mundo, hoje é a 15.^a. O que a gente espera é que tenhamos um horizonte que faça os investidores se sentirem mais à vontade pra investir. Lá fora temos grupos de empresas ávidas por isso.

Então você está otimista com o futuro do País.

Eu vejo, no meio ambiente, uma mobilização que me deixa animado. O otimismo tem a ver com esse pessoal mais crítico, mais tolerante na questão da diversidade, rígido na ética. E vem também de perceber que a sociedade é que vai mudar o País, não o governo.

Núcleo de Inteligência – ADECE/SEDET

Edição 401 - Em 21 de março de 2022

Os textos do conteúdo exposto neste informativo não são de autoria do Governo do Estado do Ceará.