

O PAYBACK ESPECIAL DOS PROJETOS DE SUSTENTABILIDADE

Luiz Carlos Pôrto

Este informativo é voltado para executivos, administradores e gestores de empresas. O objetivo é debater questões estratégicas, que impactarão sobremaneira as corporações no médio e longo prazo. Para recebê-lo basta enviar um e-mail para repensar@silvaporto.com.br.

Um dia desses, um Gerente de Sustentabilidade de uma empresa de grande porte me disse o seguinte: “A Direção de minha empresa valoriza muito o investimento em sustentabilidade, porém para que um projeto seja aprovado precisa ter um *payback* favorável”.

Mas a que *payback* ele se referia? Ao conceito tradicional, econômico-financeiro, claro.

As empresas precisam compreender a magnitude da problemática socioambiental atual e, conseqüentemente, o potencial de retorno daquelas ações que demonstram o compromisso da organização com questões que vão muito além de vender produtos e serviços, ações a favor da vida, a favor das gerações futuras.

É um equívoco avaliar o *payback* de projetos de sustentabilidade com a visão puramente econômica e financeira. Se estamos falando de inovação e visão de futuro como considerar um método de cálculo do passado?

O *payback* de projetos de sustentabilidade precisa considerar um aspecto fundamental para as empresas atualmente, a EcoInovação (www.silvaporto.com.br/ecoinovacao).

Assim, além dos aspectos econômico-financeiros usuais, as empresas devem considerar:



- a) O potencial de publicidade espontânea do projeto;
- b) O ganho com o lançamento de novos produtos ou serviços a partir da implantação do projeto (Ecoinovação);
- c) O fortalecimento da imagem/reputação da empresa;
- d) A possibilidade de liderar o mercado com uma ação ecoinovadora.

Pesquisadores têm comprovado, inclusive, a forte atração e retenção de talentos nas empresas de maior compromisso com as gerações futuras. Bob Willard demonstrou que este é um dos principais retornos do investimento em sustentabilidade.

O fato da contabilidade ainda não dispor de ferramentas para quantificar em moeda muitos dos aspectos acima não pode ser justificativa para desprezá-los. Nesse contexto, cabe apresentar um exemplo clássico.

Em 1999, no âmbito de seu ambicioso Programa de Sustentabilidade iniciado em 1994, a Interface implantou em sua unidade industrial chamada Bentley Prince Street um sistema de geração de energia solar constituído de 450 painéis fotovoltaicos, capazes de gerar 128 kW.

O que mostrou o cálculo tradicional do *payback* desse projeto? Se fosse considerada apenas a economia de energia o investimento de 1,2 milhão de dólares (valor da época) levaria 35 anos para se pagar (isso para um equipamento que duraria 17 anos!!). E qual foi a decisão da Direção da empresa?

Considerando o potencial de Ecoinovação e toda a amplitude do projeto, ou seja, envolvendo vendas, marketing e clientes (não somente a área financeira), a decisão da empresa foi de implantar o sistema. E qual foi o retorno do investimento?

A Interface lançou no mercado um novo produto, um carpete feito com energia solar, chamado Solar-Made (uma grande Ecoinovação). Sobre o *payback* do projeto, a Interface gosta de contar o caso da Universidade da Califórnia que fez uma compra de 20 milhões de dólares em carpetes Solar-Made, exatamente pelo fato de ser utilizada energia solar na sua fabricação.



A mensagem é essa. Enquanto as empresas pensarem com a cabeça do século passado, perderão grandes oportunidades. Sustentabilidade é tema muito mais amplo do que uma mera análise econômico-financeira tradicional.

Luiz Carlos Pôrto é Engenheiro Sanitarista e Ambiental, Mestre em Saneamento e Ambiente e Diretor da Silva Porto Consultoria Ambiental.

O Método REPENSAR foi desenvolvido pela Silva Porto Consultoria Ambiental como forma de capacitar todos os profissionais das empresas para a compreensão e aplicação prática do conceito de sustentabilidade no dia a dia das organizações. Conheça mais sobre o Método em <https://goo.gl/ADZRPU>

