

Rede que liga estudantes e empresas gera impacto social

Projetos envolvem 30 mil universitários no país e alteram a realidade em regiões produtoras como as de açaí no Maranhão

PRÁTICA ESG

ELIANE SOBRAL
economia@oglobo.com.br
SÃO PAULO

Às margens da BR-153, a rodovia Belém-Brasília, mais precisamente na altura do quilômetro 1.700, vivem cerca de 90 famílias cuja renda vem exclusivamente da extração do açaí. Como a produção do fruto é sazonal, a subsistência está assegurada por apenas seis meses. Além disso, o ambiente no entorno da Associação dos Extrativistas de Açaí do Km 1.700, perto de Imperatriz, no Maranhão, era tingido de roxo, resultado do descarte dos caroços das frutas.

A situação começou a mudar há quatro anos com a chegada de 15 universitários da Faculdade de Imperatriz (Facimp) de graduações tão diversas como Medicina, Engenharia,

Administração, entre outras, ligados à rede Enactus Brasil. A Enactus é uma organização não governamental americana que atua em 35 países e conecta estudantes e empresas para o desenvolvimento de projetos baseados nos pilares ESG (ambiental, social e governança, na sigla em inglês). No Brasil, envolve mais de 30 mil estudantes de 130 universidades em projetos de impacto socioambiental, com apoio de 15 patrocinadores, entre eles KPMG, Cargill, Sumitomo Chemical e Unilever.

DESAFIO DUPLO

No Km 1.700, o desafio era duplo: melhorar o ambiente tingido de roxo —a água inclusive — e ajudar os moradores a gerarem renda o ano inteiro.

— Foram muitos erros e acertos até chegar ao resultado atual — diz Isabella Bastos Toledo, estudante de Engenharia Química que coordena o time. Três projetos desenvolvidos



Mão na massa: estudantes ajudam produtores a gerar renda com o processamento do caroço do açaí no Maranhão

pelos universitários deram a resposta que a comunidade precisava. E veio exatamente do caroço de açaí, o grande problema ambiental. A equipe desenvolveu mudas para reflorestamento, adubos, tijolos e, talvez o mais prosaico, o pó de açaí que faz as vezes do de café. Tudo com o caroço de açaí como matéria-prima. Cada item tem sua marca registrada: Adubaí, Mudaí e Coffi. Com embalagens especialmente desenvolvidas pelo grupo de marketing da Facimp, os produtos são vendidos, por enquanto, no entorno da comunidade.

De acordo com a coordenadora do time, só do Coffi são

vendidos cerca de 1 mil pacotes de pó por mês. A renda média dos produtores subiu cerca de 42%, e o lixo diminuiu. Os moradores ainda ganharam rede de água e esgoto, iluminação pública e acesso à internet.

— Não apareciam no mapeamento da prefeitura. Simplesmente não existiam para o poder público — diz Isabella.

De acordo com Joana Rudgier, presidente da Enactus Brasil há cinco anos, atualmente são 200 projetos em andamento em todo o país, com espectro bastante diversificado. Em Minas Gerais, por exemplo, estudantes da Universidade Federal de Viçosa (UFV) desenvolveram o projeto Q,

para aumentar a renda dos produtores de queijo da região do Rio Paranaíba, onde fica o campus da turma. Ao mapear a produção local, descobriram que são mais de 6 mil produtores e que a maioria trabalhava de forma irregular, sem licenças sanitárias e conhecimento das técnicas de marketing para promover os produtos. Atravessadores compravam queijos por R\$ 10 e revendiam por R\$ 45 o quilo. Com as melhorias levadas por alunos de Agronomia, Veterinária, Marketing e Nutrição, entre outros cursos, a renda média dos produtores subiu cerca de 74%.

Não são apenas as comunidades que se beneficiam des-

sa aproximação com universitários. Empresas também colhem bons resultados, e os próprios estudantes têm a oportunidade de conhecer o tempo e os protocolos do mundo corporativo.

— Sempre houve uma grande distância entre a formação acadêmica e o que o mercado demanda. Com essa experiência, aprendem que cada projeto precisa ficar dentro do orçamento planejado, tem de ter métricas e precisa ser sustentável do ponto de vista econômico — diz Leonardo Santos, atualmente conselheiro da Enactus Brasil e que acompanhou um projeto de redução de desperdício de alimentos quando liderava a área de sustentabilidade do McDonald's.

IMPACTO NAS EMPRESAS

Flávia Tayama, diretora de Sustentabilidade da Cargill e presidente da Fundação Cargill, que apoia a Enactus Brasil, diz que nem sempre é possível incorporar as inovações trazidas pelos estudantes, especialmente por questões de escala, mas observa que “elas sempre contribuem para nos aproximarmos dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)”, das Nações Unidas. Já a diretora de Recursos Humanos e General Affairs para a América Latina da Sumitomo Chemical, Andrea de Oliveira, acredita que um dos grandes benefícios de trazer os estudantes para dentro da empresa é despertar os colaboradores para a importância dos projetos de impacto social:

— Tivemos mais de 150 executivos nossos atuando como mentores dos times, nesses dez anos de parceria com a Enactus.

Nos vinhedos, pesquisa faz a diferença na produção

Parceria entre instituições e vinícolas cria planos personalizados e favorece a agenda sustentável



Em campo. Área reservada para pesquisa da UFSM em vinhedo da Salton no RS

Agenda de sustentabilidade, por trazer às empresas pautas técnicas, tem exigido uma aproximação maior com a academia. No setor de vinhos, esse diálogo já tem mais tempo e ajuda a promover a inovação do campo à fábrica.

Desde 2011, a vinícola Família Salton trabalha com a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) em experimentos no solo de uma parte do seu vinhedo em Sant'Ana do Livramento (RS) para pesquisas sobre especificidades da produção de uvas no Pampa, incluindo interação entre fauna, flora, solo e clima.

— Um dos estudos, e que durou cerca de dez anos, resultou numa cartilha de recomendação de adubação para vinhedos da Campanha Gaúcha, gerando maior produtividade, qualidade e precisão. Foi compartilhado com produtores da região — conta Thaís Colau, gerente de Inteligência do Negócio e ESG da Salton.

A região da Campanha, próxima às fronteiras com Uruguai e Argentina, tem clima

mais seco, inverno mais rigoroso, verão mais quente, alta amplitude térmica e menor volume de chuvas que a Serra Gaúcha. Isso determina diferenças no solo e também o tipo de uva e bebida que pode ser mais produzido ali. Enquanto as uvas da Serra Gaúcha amadurecem com mais acidez e são mais propícias para espumantes, as da Campanha são melhores para os tintos, mais aromáticos. Daí a importância de um mapeamento específico do potencial regional, diz Gustavo Brunetto, professor da UFSM que lidera as pesquisas de 30 alunos de graduação e pós-graduação no local.

SENSORES COLHEM DADOS

Sensores nas plantas e em postes coletam dados sobre clima, umidade e nutrientes nas videiras e no solo. O objetivo é aumentar a produtividade das plantações e reduzir custos. Ao mesmo tempo, isso pode contribuir para traçar ações de contenção dos efeitos do aquecimento global, que deve afetar o regime de chuvas e trazer um desafio extra ao campo.

— Temos que nos preparar para nos adaptar às mudanças climáticas. A valorização de

pesquisas acadêmicas e o uso de dados devem ser prioridade — diz Brunetto, revelando que o estudo do carbono no solo é um dos próximos passos.

A Salton também tem parceria com um grupo de professores e estudantes do Instituto de Saneamento Ambiental (Isam) da Universidade de Caxias do Sul (UCS) para medição do inventário de suas emissões de gases de efeito estufa (GEE) em suas unidades, duas gaúchas e duas paulistas.

Na produtora de espumantes Chandon, a parceria com o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) ajudou a montar uma estratégia de redução de uso de herbicidas e a definir o grupo de plantas que seriam mais adequadas para ficar nas entrelinhas e nas linhas das videiras.

— Ao invés de usar herbicida, estudamos a utilização de roçadas — diz Leonardo Cury, especialista em inovação e viticultura sustentável do IFRS, para quem a sustentabilidade exige empenho das empresas no longo prazo. — O maquinário que a Chandon usa foi importado da França e feito sob medida para se adaptar ao relevo do terreno. A empresa tem que se interessar e ir atrás.

Ele cita que estudantes desenvolveram uma tesoura que se autodesinfeta e alimentos nutritivos a partir de resíduos de uva e maçã, como barra de cereal, mistura de bolo e chás. (*A jornalista viajou a convite da Chandon e da Salton)

CONTEÚDO

Valor | O GLOBO

PATROCÍNIO

Alennium

O selo do novo milênio

O Alennium é um reflexo de quem somos. Nosso selo identifica os produtos desenvolvidos com baixa emissão de carbono, que colaboram para um mundo mais sustentável.

Conheça o novo selo do alumínio sustentável da CBA

alennium.cba.com.br

