

Empresário Alex Seibel defende indústria química menos agressiva

Engajado no capitalismo consciente, CEO da Positiva afirma: 'Vida difícil para empresas sem compromisso social'

JM Jaqueline Mendes

postado em 24/09/2018 06:10 / atualizado em 24/09/2018 15:49



(foto: Arquivo pessoal)

São Paulo — Com apenas 32 anos, Alex Seibel se tornou um dos ícones da nova geração de empresários engajados no chamado capitalismo consciente. Filho de Helio Seibel e herdeiro de um dos maiores grupos empresariais do país, a Duratex, que detém marcas como Deca, Hydra e Durafloor, o jovem empreendedor tenta imprimir seu estilo de gestão em suas próprias frentes de negócios. Seibel já integrou a equipe de comando da grife de cosméticos The Body Shop, adquirida pela Natura, e hoje faz parte do Comitê de Sustentabilidade da Duratex. Desde 2016, ele pilota sua empresa de produtos químicos sustentáveis, feitos com matérias-primas naturais e livres de derivados de petróleo. “É possível ter uma indústria química menos agressiva e mais alinhada à nova cultura da sociedade”, disse, em entrevista aos Diários Associados. Seibel também é fundador e sócio-diretor da Apolo Energia, presidente do Conselho Consultivo da ONG Arcah e sócio do fundo Positive Ventures, dedicado a investimentos em empresas com propósitos sustentáveis. Ele participa também como conselheiro no Sistema B Brasil e no R20 (Regions 20), ONG fundada pelo ator e ex-governador da Califórnia Arnold Schwarzenegger. Confira.

Você criou sua empresa com a proposta de ter produtos biodegradáveis, sustentáveis e que não agredem o meio ambiente. De onde surgiu a ideia?

Continua depois da publicidade

Hoje, a Positiva (a empresa adotou a grafia Positiv.a) é uma companhia com duas unidades de negócios. A gente começou como uma consultoria de soluções ambientais, desenvolvendo projetos de captação de água de chuva, tratamento de água, energia solar, agrofloresta e várias soluções ambientais para clientes finais. Era tanto para pessoa física quanto jurídica. A gente vem executando projetos há três anos, para casas, hotéis e fazendas, e desenvolvendo o projeto até a implementação final. Isso começou em 2015. Logo depois, em 2016, iniciamos uma linha de produtos de limpeza consciente, baseada na economia circular, chamada de ‘permacultura’, que é um conceito do qual sou muito fã.

O que é permacultura?

Basicamente, é um conceito que começou na Austrália, na década de 1970, por dois australianos que se questionavam como a cultura do ser humano pode permanecer no planeta. Então, é uma junção de duas palavras cultura e permanente. É uma forma de interligar elementos necessários para nossa vida, como água, energia, bioconstrução e resíduos, entre outros, para que a gente possa gerar tudo que é necessário no próprio local, usando, com a maior inteligência possível, os recursos naturais. É um pouco longa a explicação, mas é basicamente isso. São sistemas de designer ambiental integrado, uma nova ótica sobre sustentabilidade, de como a gente pode reduzir nosso impacto no planeta.

Como rentabilizar esse modelo de negócio? Muitas empresas enxergam a sustentabilidade como um tabu e não sabem como ganhar dinheiro com isso...

Acho que é um tabu para muitas empresas, porque elas olham para isso como um aumento de custo. Enxergo a sustentabilidade como oportunidade, uma nova onda que existe de consumidores, uma nova onda de consciência.

Existe um conceito bem-estabelecido na indústria química e petroquímica de que hoje ainda não é possível viver sem produtos à base de petróleo. Concorda?

Não concordo. É claro que existe uma transição. A transformação não ocorre como em um passe de mágica. Não dá para virar a chave e todo o mundo passar a consumir produtos 100% naturais. A oferta não supriria a demanda. Mas, feita uma transição, rapidamente novos fornecedores passarão a existir. Hoje, em vez de petróleo, estão utilizando óleo da casca da laranja. Então, acho que é totalmente um mito o conceito de que a gente não pode viver de produtos naturais.

Algumas empresas no Brasil já usam matérias-primas sustentáveis, mas ainda são poucas. É possível implementar uma economia sustentável em grande escala?

Sim, com certeza, é possível. Acredito que, primeiro, é preciso mudar o ‘mindset’, os paradigmas. No momento em que se vê um movimento como o Sistema B, que é um movimento internacional de empresas que estão se propondo a ser as melhores para o mundo, e isso está crescendo num ritmo alucinante, diria que é totalmente possível.

A sua filosofia voltada para questões sustentáveis é uma herança da sua família?

Embora minha família tenha iniciativas nessas áreas de terceiro setor, por meio de institutos familiares, de apoio a organizações e tudo mais, que acompanho desde que me conheço por gente, meu foco é criar soluções novas para problemas conhecidos.

Mas há iniciativas muito fortes do próprio grupo Duratex nessa área de sustentabilidade...

Sim. São ideias e iniciativas que tenho ajudado a criar nos últimos anos, por fazer parte do Comitê de Sustentabilidade da Duratex. Estou ajudando a construir a estratégia e contribuindo com ideias nessa área de sustentabilidade nas diversas frentes da empresa.

O que você herdou, em termos de cultura, da sua família?

Continua depois da publicidade

A disciplina, a questão toda de criar um negócio, a resiliência, talvez um pouco dessa vontade de fazer a diferença por meio dos negócios. Minha família tem o sangue muito empreendedor. Lógico que, quando começaram a construir as empresas, era outra época. Estavam com foco nos negócios em diversos setores. Mesmo assim, quando não se falava em sustentabilidade ambiental e social, estavam sempre contribuindo para a sociedade. Por meio da geração de empregos e por meio de todos os benefícios que uma empresa gera. Aquele olhar tradicional para fazer negócios, acho que trago comigo. É o mesmo olhar de fazer negócios, mas dentro de um novo modelo de economia, tentando promover uma nova forma de fazer negócio, com novos modelos econômicos.

Você acha que as empresas que não adotarem postura mais sustentável correm risco diante desse novo contexto da economia?

Com certeza, a vida vai ficar mais difícil para as empresas sem compromisso social. As empresas precisam olhar para a sociedade como um todo, por meio dos produtos e serviços que sua empresa oferece. Se não tiver esse olhar, vai ficar cada vez mais difícil, porque as pessoas estão mudando. Os consumidores mudaram. As novas gerações estão crescendo e esses assuntos estão muito presentes. As crises que estamos passando, sejam ambientais, de falta de água ou política, levam as pessoas a se questionar. Percebo que, hoje, os brasileiros estão se questionando se faz sentido essa fórmula de sociedade que criamos. Quando nos questionamos, podemos ter um pouco de ideia de como deveria ser feito. Mas, existe uma certa indignação geral, coletiva, existe um vazio também coletivo dentro das pessoas, porque estão trabalhando em coisas que não veem o menor sentido em trabalhar. Quem não está fazendo a diferença para deixar o mundo melhor, criar essa inquietação.

Entre os candidatos à Presidência, há propostas reais para uma economia “verde”?

Acredito que Marina Silva seja a candidata que mais levanta essa bandeira. O João Amoêdo também se colocou a favor de um modelo de energia mais descentralizado, de acordo com sua visão mais liberal de economia. Um modelo mais descentralizado de geração de energia e especialmente de fontes renováveis é o que acredito ser o ideal. Quanto mais a gente consegue descentralizar, não só fonte de energia, mas outros assuntos importantes, mais autonomia a gente tem.

Você pensa em fazer investimentos e aquisições?

Vejo um crescimento orgânico pelos próximos anos. Queremos crescer organicamente, mantendo a casa em ordem, sem grandes extravagâncias. É um momento de manter as contas equilibradas, acompanhando o mercado.

A ausência de crescimento econômico não prejudica o desenvolvimento desse segmento da economia verde?

Acho que sim, prejudica. Mas, afeta menos que os setores tradicionais. Os produtos inovadores tendem a substituir produtos convencionais. Esse setor vai crescer, com certeza, não no ritmo de expansão da economia, mas na velocidade da migração de consumidores que usam produtos convencionais para produtos sustentáveis.

