



TRANSFORMANDO VIDAS NO SERTÃO

A esperança levada a sério pelos
Amigos do Bem

NCM: ****.***

NCM: ****.***

CLASSIFICAÇÃO FISCAL DE PRODUTOS TÊXTEIS

ABIT REALIZA ESTUDO TÉCNICO PARA IDENTIFICAÇÃO DA CLASSIFICAÇÃO DE PRODUTOS DO SETOR TÊXTIL E DE CONFECÇÃO

NCM: ****.***

NCM: ****.***

SAIBA MAIS

EXPEDIENTE

A Revista Abit Review é uma publicação digital da [Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção – Abit](#), com artigos de convidados que aceitam compartilhar experiências e conhecimentos com outros profissionais e empresários do setor T&C. Periodicidade quadrimestral.

CONSELHO EDITORIAL

Fernando Pimentel (Presidente Abit), Rafael Cervone (Superintendente Área Internacional), Lígia Santos (Comunicação), Luiza Lorenzetti (Sustentabilidade e Inovação), Camila Zelezoglo (Sustentabilidade e Inovação), Patrícia Pedrosa (Comércio Exterior), Oliver Tan Oh (Inteligência Competitiva), Haroldo Silva (Economia), Sylvio Napoli (Normas e Regulamentos), Julieta Pagliuca (Eventos e Novos Projetos), Antonio Carlos Cambauva (Eventos e Novos Projetos), Roberto Lima (Comunicação) e Leandro Mira (Comunicação)

Coordenação Editorial:

Lígia Santos – MTB 19141/SP

Diagramação e Arte:

Leandro Mira

Fale com a redação

(cartas e sugestões de artigos):
lisantos@abit.org.br

Anúncios e Patrocínios:

Antônio Carlos Cambauva:
antonio.carlos@abit.org.br
(11) 3823 6192 / (11) 98455 8545



Feita por pessoas, movida por desafios



ARTICULISTAS DESTA EDIÇÃO

em ordem alfabética:

Alcione Albanesi
(Amigos do Bem)
informacoes@amigosdobem.org

Amaury Oliva
(FEBRABAN)
amaury.oliva@febraban.org.br

Andrea Tavares
(DeMillus)
[Linkedin](#)

Beatriz Secaf
(FEBRABAN)
[Linkedin](#)

Fernando Fritz
(InvestSP)
fernando.fritz@investsp.org.br

Gabriela Machado
(Cotton Move)
comunicacao@cottonmove.com.br

Helcio Honda
(ABCP)
contato@hondatar.com.br

João Carlos Oleksinski de Andrades
(LIBÉTECCE)
libertecce@gmail.com

José Guilherme Teixeira
(Cotton Move)
comunicacao@cottonmove.com.br

Luciana Moherdau
(Instituto de Estudos Avançados da USP)
luciana.moherdau@gmail.com

Matheus Diogo Fagundes
(Audaces)
mateus.fagundes@audaces.com

Rua Marquês de Itu, 968
CEP: 01223-000 - São Paulo-SP
www.abit.org.br

A Revista Abit Review é enviada para todo mailing de associados e engajados da entidade (empresários do setor, fornecedores, profissionais, acadêmicos, pesquisadores, autoridades de governo, imprensa, estudantes e formadores de opinião). Se você quer receber a Abit Review [clique aqui](#)

ELEVE AO MÁXIMO A QUALIDADE DE IMPRESSÃO DIGITAL
TÊXTIL E A PRODUTIVIDADE DO SEU NEGÓCIO.



Epson MONNA LISA

A impressão digital industrial em têxteis faz parte de um processo mais amplo, que vai do conceito criativo ao pré-tratamento e ao acabamento do tecido.

A Epson Monna Lisa tornou-se padrão de referência para impressão de alta qualidade em moda feminina, esportiva, decoração, acessórios, cama, mesa e banho. Caracterizada pela flexibilidade e produtividade típicas da tecnologia digital, é a escolha certa para um mercado cada vez mais dinâmico, que exige respostas rápidas às necessidades em constante mudança.

FLEXIBILIDADE

Uma única impressora para atender a diferentes necessidades de produção: imprime em qualquer tipo de tecido, com diferentes tipos de tintas. Reproduz desde os desenhos mais simples até os mais complexos, com qualidade, velocidade e repetibilidade.

Disponível em várias configurações, diferenciadas pelo número de cabeças de impressão e larguras de impressão.

AVANÇADA TECNOLOGIA DE IMPRESSÃO PRECISIONCORE®

Com um novo conjunto de cabeças de impressão com a avançada tecnologia PrecisionCore® da Epson. Na versão com 128 chips de impressão PrecisionCore® MicroTFP, configurados como 32 cabeças de impressão de quatro chips, a matriz oferece 12.800 bicos para cada cor e produtividade excepcional.

Ao mesmo tempo que é altamente durável, também foi projetada para facilitar a manutenção, minimizando o tempo de inatividade. PrecisionCore é o resultado de constante pesquisa e desenvolvimento para alcançar maior eficiência, qualidade e confiabilidade na impressão Direct-to-Fabric.



Saiba mais e agende uma demonstração

EPSON®
EXCEED YOUR VISION

INCLUIR É PRECISO



Esta quarta edição de nossa revista digital Abit Review precede a realização da COP 27 (Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas 2022), de 6 a 18 de novembro, no Egito. Esperamos que o evento tenha mais êxito do que os anteriores, pois a prevalência da sustentabilidade, na plenitude de seu conceito tridimensional (social, ambiental e econômico), é decisiva para o desenvolvimento mais harmonioso das nações e para um futuro de mais paz, prosperidade e bem-estar.

São esses propósitos que inspiram a trilha do avanço da indústria têxtil e de confecção rumo à Manufatura Avançada. Nosso setor tem-se pautado pela busca da produção limpa, o trabalho digno e o bem-estar de todos os que atuam na cadeia de valores, aporte tecnológico e seu engajamento nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Todo esse efetivo plano de fomento e desenvolvimento setorial está consubstanciado no documento Têxtil 2030, revisado e atualizado, com ampla participação e forte engajamento de empresas e pessoas.

Nosso setor é protagonista para o equacionamento da questão ambiental e social, considerando sua relevância no âmbito da indústria da transformação e da economia

como um todo. Por isso, precisamos encontrar soluções cada vez mais sustentáveis, fazendo com que o produto de nossa cadeia destinado ao consumo final seja resultante de um processo que não agrida o ambiente, não gere gases de efeito estufa, não polua o meio urbano e a natureza e proporcione geração de renda e inclusão social.

Abit Review foi criada exatamente para difundir esses preceitos e divulgar iniciativas e boas práticas, não apenas em nosso setor, como em áreas correlatas e outros segmentos. É importante conferir mais visibilidade a exemplos bem-sucedidos no eixo da sustentabilidade, para que sejam multiplicados no contexto da sociedade e dos distintos segmentos produtivos.

Assim, é gratificante constatar, nesta edição, iniciativas muito exitosas, a começar pela entrevista com Alcione Albanesi, presidente e fundadora da ONG Amigos do Bem, que hoje atende 150 mil pessoas no sertão nordestino todos os meses, transformando vidas e levando esperança em meio à miséria. Também apresentamos a relevante atuação da ABCP (Associação Beneficente & Comunitária do Povo), que

oferece oportunidades de educação e empregabilidade a moradores de rua, e o projeto De Millus e suas vendedoras autônomas das favelas.

Outro conteúdo interessante é a política de ESG da Febraban. Na área de tecnologia, mostramos os trabalhos inovadores da startup Libertecce e da Audaces. Quanto ao meio ambiente, destacamos a proposta de circularidade do programa Cotton Movi Moda, o papel dos influencers e o hidrogênio verde produzido a partir do etanol.

Cabe enfatizar o significado profundo dos projetos de capacitação, oportunidades para moradores de rua e desalentados, criação de emprego e renda, como os focados no conteúdo desta edição. Além de seu propósito intrínseco de atender o social, são decisivos para o êxito das metas ambientais. Afinal, a miséria, em paralelo ao flagelo humano, é causa de ocupação irregular do solo, poluição de mananciais, derrubada irregular de matas e problemas de saúde pública. É por isso que a sustentabilidade deve começar sempre com a promoção das pessoas e a valorização da vida. Incluir é prioritário.

ÓTIMA LEITURA!



Fernando V. Pimentel
Presidente Abit



ÍNDICE

PÁGINAS VERDES

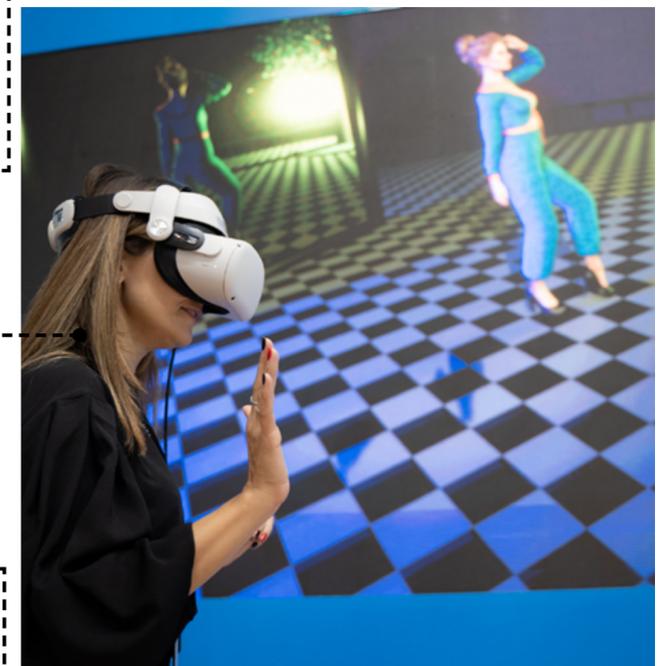
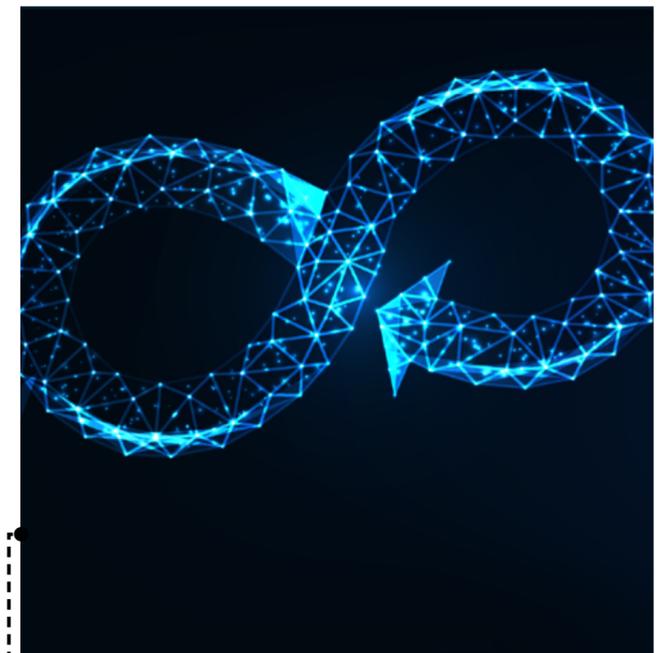
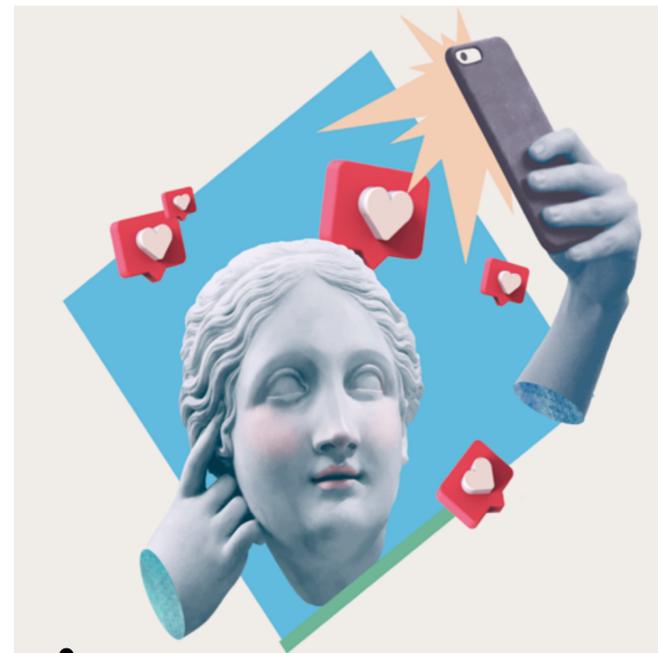
Transformando vidas no sertão: A esperança levada a sério pelos Amigos do Bem.....10
Em entrevista, Alcione Albanesi, presidente e fundadora dos Amigos do Bem, conta os detalhes de como a ONG contribui para diminuir a fome que ainda atinge milhões de brasileiros na região nordeste

EDITORIA MEIO AMBIENTE

ESG criou uma geração de influencers nas redes sociais.....16
De que maneira influenciadores de redes sociais contribuem para a importância de movimentações mais sustentáveis

Aplicativo da Plataforma Circular Cotton Move gera avanços para a sustentabilidade têxtil no Brasil...19
Iniciativa inédita oferece soluções circulares para a eliminação do lixo e aumento da reciclagem de roupas

São Paulo, Alemanha e o Hidrogênio Verde: uma parceria rumo à transição para uma economia de baixo carbono.....22
InvestSP mostra como tem atuado no posicionamento do Estado de São Paulo como uma potência global de H2



EDITORIA TECNOLOGIA

Economia circular na moda: transformando resíduos em novas matérias-primas26
Startup apresenta alternativas tecnológicas para reutilizar resíduos têxteis

Crescimento sustentável: como a tecnologia para a moda pode beneficiar empresas, pessoas e o meio ambiente.....30
Empresa desenvolve ferramentas para reduzir o desperdício de matéria-prima e recursos, e para aumentar a produtividade

EDITORIA GOVERNANÇA

Compromissos e oportunidades na agenda ESG32
FEBRABAN analisa como as empresas incorporam aspectos ambientais, sociais e de governança em seus negócios

EDITORIA SOCIAL

Qualificação e oportunidade: a verdadeira riqueza de um país.....34
Saiba como a DeMillus contribui para a melhoria da qualidade de vida de milhares de mulheres que atuam na venda direta de seus produtos

ABCP: os 4 A's do futuro.....36
Europa pretende criar uma taxa de importação para entrada de produtos na Europa, relacionada à respectiva pegada de carbono do produto importado.



TRANSFORMANDO VIDAS NO SERTÃO

A esperança levada a sério pelos Amigos do Bem

Quando terminei de escrever essa entrevista, me questionava se eu fazia tudo que podia para ajudar uma pessoa necessitada perto de mim, ou longe. Para onde quer que olhemos, sempre tem alguém pedindo uma ajuda, até nos canais por assinatura os pedidos de ajuda passam de hora em hora. Mas, ao conhecer Alcione Albanesi, presidente e fundadora dos Amigos do Bem, entendemos o que é levar caridade a um outro nível. Com um exército de quase 11 mil voluntários, há 30 anos a organização não governamental Amigos do Bem vem transformando vidas no sertão nordestino. Apesar de tantas dificuldades para tentar alcançar uma pequena parte dos 30 milhões de sertanejos que ainda lutam contra a fome nos grotões de terra rachada no interior do nordeste brasileiro, o sentimento de Alcione é sempre de urgência. Não há tempo a perder quando tantas vidas precisam começar a ter

perspectivas. Amigos do Bem já deu esperança para milhares de necessitados do semiárido, transformando as vidas de mais de 150 mil pessoas de 300 povoados todos os meses, nos estados de Alagoas, Pernambuco e Ceará. Eram pessoas que viviam em casas de barro, sem água, sem energia, sem alimento, sem noção de tempo e sem esperança. Mas, Alcione já provou que miséria tem solução com projetos na área de educação, saúde, infraestrutura e geração de renda e sem nenhuma ajuda de governos. Ela pede e pessoas físicas e jurídicas contribuem para diminuir a pobreza nessa região. Esse trabalho, que fez com que Alcione largasse uma carreira bem-sucedida como empresária, é um desafio enorme, mas ela não desiste. Continuará levando esperança, através de doações, sonhando com a erradicação da pobreza. Direto do sertão, Alcione nos concedeu a entrevista a seguir.



AR - Alcione como está sendo seu dia hoje?

AA - Todos os dias são extremamente especiais porque a gente tem que agradecer cada dia, cada novo dia. Ontem foi um dos dias felizes da minha vida, pois eu cheguei no Sertão e fui recebida por milhares de abraços das crianças. Nessas horas, eu realmente, mais uma vez, olho o trabalho que a gente vem realizando, essa transformação no olhar de cada criança... então tudo isso me enche de alegria eu fico muito feliz de poder estar viva mais um dia. É mais um dia que estou fazendo parte dessa história, mudando para melhor a vida das pessoas.

AR- O sentimento que tanto te impactou, e a seus amigos, quando chegou pela primeira vez no sertão ainda é o mesmo? Você ainda se choca?

AA - Naquele dia em 1993, quando eu me deparei na primeira viagem ao sertão com aquela miséria que eu nem imaginava que existisse dentro do nosso país, pessoas vivendo sem saber que ano estavam, sem nada dentro das casas de barro além de um banquinho e fogões à lenha apagados, sem alimentos, eu senti muita indignação. Porém, eu transformei essa indignação, junto com meus amigos do bem, em ação. Então, eu tenho o mesmo sentimento hoje que é a necessidade de agir e que temos que tentar diminuir a desigualdade gritante no Brasil, pois isso ainda me choca. Eu não imaginava que nós, quando começamos a agir, a gente não imaginava tudo isso que conseguimos. A gente só fez o que a gente conseguia, o que a gente podia, com as condições que tínhamos e isso foi crescendo.

Hoje, a Amigos do Bem é um dos maiores projetos sociais do País.

AR - Com a intensificação do tema sustentabilidade, da orientação pelos ODS da ONU e ESG nas empresas, isso ajudou a ter mais apoio para seu projeto social?

AA - Nós temos tido várias reuniões com empresas que estão nos procurando para fazer uma parceria social, empresas que estão preocupadas em devolver a gestão social dentro do ESG. Isso é bom, são várias reuniões e nós já temos hoje muitas empresas ligadas, com parceria. Mas ainda é muito pouco porque o nosso projeto é muito grande e ele precisa da colaboração, do envolvimento de empresas para que a gente possa transformar ainda mais vidas neste lugar onde está o maior foco de miséria do Brasil. Eu acredito que somente com a sociedade civil e a participação das empresas é que nós vamos conseguir diminuir essa desigualdade e sermos protagonistas desta transformação.

AR - Como é a relação de vocês com as várias prefeituras desses lugares?

AA- Onde atuamos nós temos uma boa relação com todas as prefeituras dos municípios, só que elas não têm condições, porque o município acaba tendo recurso quando existe indústrias e tem arrecadação e infelizmente nos municípios onde nós atuamos não tem arrecadação, não tem uma movimentação de renda. No fim, nós é que acabamos auxiliando muitos municípios. Criamos quatro Centros de Transformação, com ensino básico, profissionalizante e bolsas de estudo para faculda-

de e atividades culturais. Fornecemos ônibus escolar que rodam muito, como buscar uma criança que às vezes mora a 30 km. Damos merenda, material, uniforme. Cerca de 10 mil crianças, jovens e adultos vão diariamente aos Centros. A gente vai de casa em casa, percorremos Quilombos, somando milhares de quilômetros todos os meses para poder trazer essas crianças para escola porque nós acreditamos que, somente através da educação é que nós vamos ter um país transformado, onde as pessoas são livres do analfabetismo e vislumbrem um futuro.

AR - Como é possível ajudar os Amigos do Bem?

AA - Além braços voluntários e de doação de cestas, precisamos também de dinheiro. Eu sempre falo que a base principal do nosso trabalho é o amor. Mas, se tivermos somente o amor, sem recursos, nós não conseguiríamos transformar nada. Esse é o nosso grande desafio diário, uma luta diária para conseguir recursos e não apenas manter, mas ampliar nosso projeto para alcançar mais vidas. Nunca recebemos qualquer verba de governos. Tudo é feito através de campanhas, doação de pessoas físicas de 50, 100, 200, 300 reais e das nossas empresas parceiras que contribuem mensalmente com o projeto.

AR - Vocês geraram 1.500 empregos através de empresas do próprio projeto. São beneficiadoras de castanha de caju e oficinas de costura. Existe demanda? Como vão os negócios?

AA - Nós temos 15 unidades produtivas que pertencem aos Amigos do Bem, empregando 1.500 pessoas. Eram pessoas que não tinham como conseguir trabalho, como por exemplo as mulheres que hoje trabalham nas nossas oficinas de costura. Elas só conheciam a roça e é a primeira vez que elas recebem um salário, que têm um trabalho. Assim também são as fábricas de caju onde a maior parte é analfabeta. Então, por 1 hora dentro do horário de trabalho, eles têm aulas de alfabetização.

AR - Como funcionam as oficinas de costura? O que produzem?

AA- Todas as nossas costureiras foram capacitadas pelo SENAC. Nós temos inclusive o Selo Abvetex, pois elas costumam de roupas a sacolas retornáveis de pano. Mas, é muito triste quando as oficinas só trabalham dois ou três dias por semana por falta de encomendas. Precisamos muito de clientes que terceirizem o serviço de costura. Confecções que poderiam encomendar parte de sua produção com a gente. Já são seis oficinas de costura e 300

costureiras que aprenderam uma profissão e saíram da roça. Todas treinadas pelo SENAC. Só que nós não conseguimos manter nossas oficinas trabalhando regularmente devido falta de encomendas, pois ainda não conseguimos um parceiro que pudesse nos passar a terceirização. Nosso objetivo hoje é conseguir manter esses empregos, pois são pessoas tão dedicadas e comprometidas com tudo que é dado para elas produzirem, mesmo peças complicadas, é surpreendente o resultado. Não são costureiras despreparadas, fazem tudo muito bem.



AR – Qual foi a imagem mais dura que você presenciou e a mais feliz?

AA – Todos os meses passamos de 10 a 14 dias aqui no Sertão e em cada viagem vemos muitas coisas que continuam nos chocando. Mas, sempre lembro de uma imagem, uma situação que fez com que nós mudássemos o rumo da nossa história. Dona Geralda tinha elefantíase nas duas pernas, e mesmo com tanta dificuldade de se locomover andava 6 km com pernas e pés sangrando em busca de alimento para os filhos. Quando nos viu, implorou por comida para os filhos. Encerramos a distribuição de Natal daquele ano, mas a imagem da Dona Geralda me tocou demais e eu falei: temos que voltar e começar a transformar vidas e não atender simplesmente no Natal e Ano novo. Nossa mudança começou aí e a Dona Geralda, que já faleceu, ainda é uma imagem viva e foi precursora deste projeto. Por outro lado, a lembrança mais feliz foi o dia que a **Bruna**, uma de nossas primeiras crianças que buscamos para vir a nossa escola, se formou na faculdade, com a bolsa que demos. Hoje, ela e outros alunos, já formados também, dão aulas e são administrativos dos nossos Centros. É uma alegria comemorar esses jovens que estão quebrando um ciclo de miséria. Já levamos 500 deles para a faculdade e centenas estão ingressando. Isso é o que mais

comemorei e me deixou feliz ao longo desses anos. Eu peço a Deus que me ajude a fazer mais. Nosso lema é: “se não posso fazer tudo que devo, devo fazer tudo que posso”



IMPACTO SOCIAL

SOCIAL IMPACT

ATENDIMENTO BÁSICO

BASIC CARE

150 mil pessoas atendidas mensalmente

30 mil famílias

150 thousand people are monthly assisted
30 thousand families

4,5 milhões de quilos de alimentos arrecadados e distribuídos por ano

300 povoados atendidos no sertão nordestino

300 villages are assisted in the northeast hinterland

EDUCAÇÃO

EDUCATION

4 Centros de Transformação

4 Transformation Centers

4 escolas

4 Schools

10 mil crianças e jovens

10 thousand children and young people

1,8 milhão de refeições por ano

1.8 million meals per year

250 mil km percorridos por ano

250 thousand km traveled per year

409 profissionais na área educacional

409 education professionals

TRABALHO E RENDA

WORK AND INCOME GENERATION

1,5 mil postos de trabalho

1.5 thousand jobs

15 unidades produtivas

15 production units

13 mil pessoas beneficiadas

13 thousand people are benefited

197 mil mudas de caju fornecidas

197 thousand seedlings were distributed

1 milhão de pessoas impactadas durante a pandemia com alimentos, kits de higiene e abastecimento de água

1 million people impacted during the pandemic with food, hygiene kits and water supply

MORADIA E ÁGUA

HOUSING AND WATER

543 casas construídas

540 houses were built

123 cisternas construídas

123 cisterns were built

60 poços perfurados

60 wells were drilled

5 caminhões-pipa

5 water trucks

1,2 bilhões de litros de água por ano

1.2 billion liters of water per year

VOLUNTARIADO

VOLUNTEERING

10,3 mil voluntários

10.3 thousand volunteers

SAÚDE

HEALTH

4 centros de saúde

4 Health Centers

8 consultórios médicos e odontológicos

8 Medical and dental offices

187 mil atendimentos anuais

187 thousand health care services per year

300 agentes de saúde comunitários

300 community health workers

Conheça em detalhes as conquistas dos Amigos do Bem

moda.indSP

BLACK FRIDAY

50% OFF

AMPLIE SUAS VENDAS COM **ATUAÇÃO DIGITAL**

Entre em contato conosco!

Promoção válida até 30/11/2022

ESG CRIOU UMA

GERAÇÃO DE INFLUENCERS

NAS REDES SOCIAIS

O desafio é sair das bolhas e pensar em uma estratégia orientada pela segmentação da base de dados

O termo ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) chamou minha atenção como pesquisadora há pouco tempo. Não se trata de desinteresse pelo equilíbrio ideal entre desenvolvimento das empresas e benefícios sociais e ambientais. É que o campo no qual dedico quase 30 anos de estudos é o jornalismo praticado na internet.

Fiquei em dúvida se aceitaria o convite da Abit Review para escrever este artigo pela pouca familiaridade com ESG. Por ter formação em jornalismo e pesquisa, a apuração rigorosa sempre me orientou. Ocorre, porém, que fiquei intrigada com a proposta de refletir sobre como os influenciadores de redes sociais contribuem para imbuir e esparramar a importância de movimentações mais sustentáveis.

Impressiona o montante de investimentos em fundos desse setor. Relatório da consultoria McKinsey, publicado pelo jornal O Globo, mostra que os valores aumentaram de US\$ 5 bilhões em 2018 para mais de US\$ 50 bilhões em 2020.

Ainda de acordo com o jornal carioca, não param de crescer: com o aporte de mais US\$ 87 bilhões no primeiro trimestre de 2022, seguidos por US\$ 33 bilhões no segundo trimestre. Quando se observa o contexto mundial, na metade de 2022, os ativos sustentáveis correspondiam a US\$ 2,5 trilhões.

Os números são reveladores de uma mudança de mentalidade: calcular o impacto das ações nas empresas, em vez de pensar somente no lucro. É nesse contexto que os influenciadores se revelam importantíssimos. Pois organizam articulações em redes nas plataformas sociais, e a internet está na ordem do dia no Brasil – de entretenimento, serviços, notícias a política, entre outros.

Dados do Digital News Report 2022, do Reuters Institute, indicam que as seis redes sociais mais acessadas por brasileiros para variados conteúdos são: WhatsApp (78%), YouTube (77%), Facebook (67%), Instagram (64%), TikTok (29%) e Twitter (24%). O consumo de notícias on-line (83%) ultrapassa as mídias tradicionais tevê (55%) e impresso (12%).

REDES MAIS ACESSADAS POR BRASILEIROS



Whatsapp
78%



Youtube
77%



Facebook
67%



Instagram
64%



TikTok
29%



Twitter
24%

CONSUMO DE NOTÍCIAS POR TIPO DE MÍDIA



Online
83%



Televisão
55%



Impresso
12%



É a audiência de cada plataforma a orientadora das estratégias digitais voltadas a ESG. Um dos símbolos de influenciadores desse campo que não busca somente ganho é o Baianinho, agora chamado CB, da Casas Bahia, conglomerado de móveis e eletrodomésticos. Até ler a reportagem na revista Exame, eu não fazia ideia da tática da rede popular para propor uma sociedade sustentável.

Conta a Exame que o CB aborda, nas redes sociais, nutrição, sustentabilidade, cultura, criatividade e diversidade e traz para a conversa outros influenciadores, como Spartakus, Baddie Santana, Negra Li, Thiago Ventura, Bela Gil, Alex Trevelin e Manual do Mundo, defensores dessas bandeiras.

O papel dessas personalidades contribui para diminuir a vulnerabilidade de empresas, como a Lenovo. Reportagem da revista Wired, especializada em tecnologia, dissecou seu plano de atuação: rastrear e quantificar. Diante dessa proposta, a companhia anunciou compromissos para obter 90% de sua eletricidade de fontes renováveis, remover um milhão de toneladas de emissões de gases de efeito estufa de sua cadeia de suprimentos e continuar aumentando a acessibilidade para todos. Vencedora do BDO ESG Awards 2021, pretende aplicar esse plano aos clientes.

A apuração sobre os influenciadores e o caso da Lenovo me levaram a perguntar se tudo são flores. Em uma pesquisa no Google, cheguei a um levantamento divulgado pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), com mais de 3,3 milhões de dados digitais, entre 2019 e 2021, realizada pela consultoria de comunicação Llorente y Cuenca (LLYC).

A consultoria aponta que a conversa sobre ESG ainda se concentra na bolha entre empresas e escolas de negócio e está desconectada de causas e propósitos da sociedade civil. A análise é resultado de conversação com as 100 maiores empresas brasileiras listadas pela Exame de 2021.

Ao contrário das boas notícias por mim pesquisadas, a Aberje apresenta a realidade que, a princípio, ignorei: os mais importantes influenciadores no tema no Brasil não possuem a mesma atividade em redes como o Twitter e focam sua comunicação no LinkedIn, quase que exclusivamente com o setor empresarial, sem conexão com a sociedade.

Essa conclusão me fez pensar se o microtarget não seria uma solução para fugir dessa bolha. Segmentação por base de dados organizada por características e interesses de eleitores surgida nos anos 1960 nos Estados Unidos nas campanhas eleitorais e amplificada com a criação da World Wide Web (WWW), no início década de 1990, essa técnica ganhou popularidade a partir da bem-sucedida campanha de Barack Obama à presidência daquele país e despertou interesse de outros setores.

Que influenciadores têm altíssimo poder de persuasão não há dúvida alguma, assim como artistas, políticos e intelectuais. Mas a predição, a possibilidade de atingir grupos de interesse por meio da análise de dados da rede, a exemplo da política e do jornalismo, caso do americano New York Times e do brasileiro O Globo, é uma forma de não pregar somente para apoiadores, de mapear outros públicos nas plataformas.

Desde que respeitada a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), o microtarget é o próximo desafio para os estrategistas de comunicação de ESG.



Por Luciana Moherdau
Jornalista e pesquisadora
no Instituto de Estudos
Avançados da USP



Aplicativo da Plataforma Circular

Cotton Move

gera avanços para a sustentabilidade têxtil no Brasil

O cenário do desperdício têxtil traz dados alarmantes em nível global, e no Brasil, a Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe) estima, em publicação recente na CNN, que mais de quatro milhões de toneladas de roupas e retalhos sejam descartadas anualmente em lixões e aterros.

A fim de oferecer soluções para a eliminação do lixo têxtil, aumentar a escala da reciclagem de roupas e a geração de produtos com atributos de circularidade, lançamos nesse ano a iniciativa inédita da Plataforma Circular Cotton Move - que pode ser acessada em plataforma circular.app ou por aplicativo nas lojas Play Store ou App Store.

Por meio de nossa gestão através da Cotton Move, empresa têxtil de soluções circulares com base em São Paulo, a plataforma gerencia um sistema de logística reversa de peças em final de ciclo de uso, que conta com mais de 300 pontos de descarte e compra de produtos, nas cinco regiões do Brasil.

Os descartes de algodão provenientes deste recolhimento de pós-consumo, e também de pré-consumo dos parceiros envolvidos (resíduos industriais, cortes de confecção e sobras do varejo), são triados, para a fabricação das novas peças. Produzimos a gama de tecidos e roupas com fibras recicladas sem a adição de materiais sintéticos, e por meio de processos com certificação Recycled Claim Standard (RCS) - Textile Exchange e Abvtext Gold.



O sistema conta com a articulação de múltiplos atores ao longo das etapas de produção, uso e reuso, sendo eles:

O usuário, que acessa o aplicativo e leva seu descarte a um dos pontos encontrados no mapa; parceiras varejistas como a C&A, Youcom e Reserva, que coletam as peças em suas lojas físicas, a partir de programas próprios de recolhimento; a Retalhar, que realiza as operações de logística, triagem e manufatura reversa das peças coletadas; os parceiros industriais Vicunha, Dalila Têxtil, Cambos e Cotton Move, que realizam a refibragem, reciclagem mecânica, fiação e tecelagem de novos tecidos; e a empresa de upcycling autoral C(+)-MAS, que desenvolve projetos para a transformação de peças coletadas em boas condições de uso.

Melhores processos e grandes resultados

Desde sua estruturação inicial, a operação da Plataforma já reúne diversos números de impacto:



Mais de **475 toneladas** de resíduos têxteis coletadas e desviadas de aterros sanitários, desde 2014.



750 mil peças já fabricadas utilizando fibras recicladas.



32 mil produtos feitos do upcycling de resíduos.



Até 95% de reutilização do material por peça descartada



Produtos com no mínimo **20% de material reciclado**. Através de investimentos em pesquisa e evolução de processos, seguiremos buscando uma maior reutilização dos materiais.

PLATAFORMA CIRCULAR

cotton move

Reserva

VICUNHA
jeansidentity

YOUCOM

rastra.cc

Cambos

C(+)-MAS
SÃO PAULO

retalhar

DALILA
TÊXTIL

C&A

Os resultados dos processos reduzem os descartes em aterros sanitários, aterros clandestinos ou a queima dos resíduos, e vão ao encontro dos ODS 5, 6, 8, 9 e 12, estabelecidos pela ONU.

Além das rígidas normas de conformidade social atendidas, alguns pontos de eficiência ambiental merecem destaque. A água utilizada no desenvolvimento dos tecidos, na fábrica da empresa Souza e Cambos, é proveniente de captação por meio subterrâneo e também da chuva. Para a produção de um metro de tecido, somado à etapa de confecção de uma calça jeans, são utilizados em média 45 litros de água. Sendo que 75% deste consumo é correspondente à água de reuso.

Na etapa de tingimento do Denim não utilizamos o corante Anilina. O corante e auxiliares químicos utilizados estão em conformidade com o programa ZDHC. Assim, reduzimos o descarte de substâncias como sulfatos, sulfitos e sulfetos nos efluentes a serem tratados. Seguimos rigorosamente as indicações da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), com a geração de manifestos, certificados de destino e demais documentos fiscais obrigatórios. Além disso, a Plataforma contribui diretamente para outros tópicos da política, como “estimular o desenvolvimento de mercado, a produção e o consumo de produtos derivados de materiais reciclados e recicláveis” (Artigo 30, tópico V); assim como “promover a inserção de práticas de sustentabilidade nas operações do setor varejista e ampliar seu papel na promoção do consumo sustentável” (Artigo 4.1.2, estratégia 1 - documento de revisão do decreto, 2012).

Em 2020, fomos pioneiros na América Latina junto à parceira Youcom. Lançamos 600 unidades do primeiro jeans com fibras de pós-consumo, fruto do recolhimento de peças de pós-consumo de clientes da varejista, por cerca de dois anos. Em 2021, a parceria com a C&A Modas possibilitou uma escala industrial ainda maior, ampliando o impacto da Plataforma e atraindo novos parceiros. Estimulando dessa forma o lançamento do aplicativo, para que a relação de cooperação com o consumidor fosse ainda mais fortalecida.

Entre os desafios da operação está a etapa de qualificação da matéria-prima coletada no pós-consumo, que pode incluir misturas de algodão com até cinco ou seis tipos de materiais, em sua maioria sintéticos. Assim, a formação de um Hub que amplie o escopo da gestão de descartes e atenda mais varejistas, incluindo sintéticos e calçados, é o maior objetivo atual da plataforma. A manutenção das certificações de processos é também uma prioridade, e atualmente estamos trabalhando para obter a re-certificação RCS, junto à Textile Exchange.

Pretendemos aumentar o engajamento com as principais indústrias e redes de moda de varejo comprometidas com a sustentabilidade. Assim, a ampliação de projetos com foco em fibras recicladas e produtos circulares poderá consolidar o Brasil como player fundamental na transição circular global. Não apenas nos setores de Moda e Têxtil, mas em uma perspectiva multi-setorial.

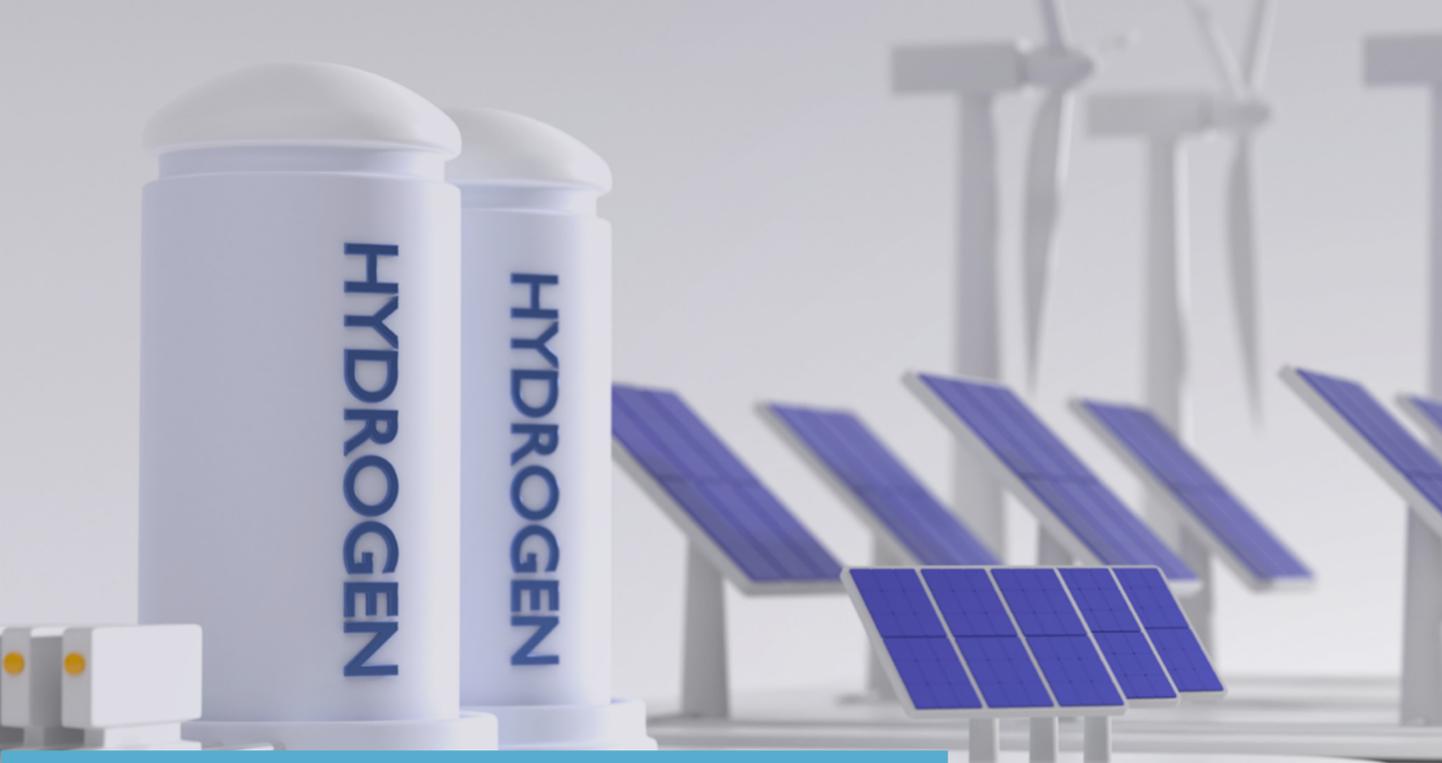
Para isso, contamos também com sua colaboração. Não deixe de baixar e utilizar o App, e indicar a solução da Plataforma a amigos e profissionais!



Por José Guilherme Teixeira
Fundador e gestor da Cotton Move



Por Gabriela Machado
Jornalista e coordenadora de comunicação na Cotton Move



São Paulo, Alemanha e o

Hidrogênio Verde:

Parceria rumo à transição para uma economia de baixo carbono

A Alemanha e o Estado de São Paulo possuem uma parceria estratégica histórica e consolidada, que remonta aos diversos fluxos de imigrantes alemães para o Brasil iniciados ainda no século XIX, resultando em um entrelaçamento cultural e humano que permitiu que a Alemanha acelerasse o processo de industrialização do Brasil. Atualmente, há grande presença germânica na sociedade brasileira e a Alemanha é o terceiro maior parceiro comercial de São Paulo, destacando-se o fato de que o maior parque fabril alemão, fora da Alemanha, localiza-se em nosso Estado.

A Alemanha representa o maior PIB e o maior mercado da Europa. Contando com histórica estabilidade econômica e institucional, é um dos parceiros mais seguros para se fazer negócios no mundo. Chamada de “coração” da Europa em função de sua localização central no continente, e contando com infraestrutura de excelência, está fortemente inserida nas cadeias globais de valor. Referência mundial em inovação, a Alemanha coloca-se como ator central na construção de uma economia

de baixo carbono.

O Estado de São Paulo, por sua vez, é a terceira maior economia da América Latina, atrás apenas de Brasil e México. Representa o maior mercado consumidor do Brasil, com uma população similar à da Espanha, e apresenta um PIB per capita aproximadamente 50% acima da média nacional. Contando com infraestrutura de classe mundial, cadeia de suprimentos bem desenvolvida, larga presença de multinacionais e posicionando-se como o business hub da América Latina, o Estado oferece um ambiente de negócios favorável à atração de investimentos e consolida-se cada vez mais como uma potência verde e inovadora: mais de 60% da energia consumida em São Paulo provém de fontes renováveis, representando um benchmark global em desenvolvimento sustentável e descarbonização.

Seguindo uma tendência entre os entes subnacionais ao redor do mundo, a partir de 2019, a InvestSP (Agência Paulista de Promoção de Investimentos e Competitividade) passou a operar escritórios internacionais nos mercados

prioritários para São Paulo – China, Emirados Árabes, Europa e América do Norte –, como parte de uma estratégia macro de internacionalização do próprio Estado. Com os objetivos de promover internacionalmente São Paulo, apoiar a internacionalização e a consolidação de mercado das nossas empresas no exterior, e atrair investimentos estrangeiros, os escritórios internacionais buscam adensar a inserção da economia paulista nas cadeias globais de valor, contribuindo, assim, para o seu desenvolvimento. Entendendo a importância da paradiplomacia comercial, o escritório europeu da Agência, sediado em Munique, posiciona-se como um interlocutor de confiança e um one stop shop para a geração de negócios entre o Estado de São Paulo e a Europa.

Entendemos que, ao longo das próximas décadas, um dos principais temas na pauta bilateral entre Alemanha e São Paulo será a cooperação energética, especialmente o hidrogênio verde. A invasão da Ucrânia pela Rússia em fevereiro deste ano e as implicações do conflito têm representado uma importante inflexão no contexto alemão. Primeiro, houve uma quebra da sua tendência pacifista predominante desde a Segunda Guerra Mundial, consubstanciada no aumento dos gastos públicos com Defesa, no envio de armamentos pesados para a Ucrânia e na ênfase em uma estratégia de segurança nacional. Segundo, reforçou o papel de liderança da Alemanha no processo de manutenção de uma União Europeia unida e integrada. Ademais, trouxe uma opinião generalizada na sociedade alemã de que ajustes macroeconômicos urgentes e rápidos são necessários, fortalecendo as cadeias de suprimento e enfatizando a digitalização e o esverdeamento da sua economia, de forma que o Mittelstand (pequenas e médias empresas) continue sendo globalmente competitivo. Por fim, evidenciou a vulnerabilidade energética da Alemanha e a sua dependência em relação ao gás russo. Portanto, inovação e transição energé-

tica consolidam-se, cada vez mais, como pautas prioritárias. Como resposta imediata aos desafios energéticos recentes, a Alemanha tem buscado soluções de curto prazo, principalmente tendo-se em vista a chegada do inverno e a importância de se evitar qualquer restrição energética ao funcionamento da indústria alemã, sua principal força motriz econômica. Tais soluções passam por reativação de usinas a carvão, extensão da vida útil de três usinas nucleares que seriam descontinuadas ainda em 2022, campanhas educativas e, sobretudo, pensando-se em médio e em longo prazo, investimentos em renováveis.

A invasão da Ucrânia pela Rússia está acelerando o processo de transição energética alemã que já estava em curso (curva amarela no gráfico abaixo), ao menos, desde 2000, quando ganhou corpo uma legislação específica para se aumentar o share de energias renováveis na sua matriz energética. A substituição de energia fóssil por energia renovável, reduzindo-se a emissão de gases do efeito estufa para se alcançar uma economia de baixo carbono é tema estratégico para a Alemanha. Com metas ousadas e alinhadas ao European Green Deal, pretende-se zerar a emissão de gases do efeito estufa até 2050 e, portanto, alcançar-se a neutralidade climática. Para tanto, a Alemanha desenvolveu uma estratégia holística de longo prazo que engloba diversos atores, como o governo federal e os governos locais, as agências reguladoras, os diversos setores econômicos e industriais, os sindicatos, os centros de P&D, as universidades e a sociedade civil. Os pilares desta transição para uma economia de baixo carbono passam pela gradual diminuição do uso de combustíveis fósseis e expansão das fontes renováveis, redução do consumo e aumento da eficiência energética, adaptação dos setores econômicos e, especialmente, cooperação global. A resposta à crise climática não será individual, mas conjunta. E São Paulo coloca-se como

A 3D digital illustration of a white cylindrical hydrogen storage tank. The word 'HYDROGEN' is written on the tank in large, blue, block letters. The tank is positioned in a clean, futuristic environment with other similar tanks and structures in the background.

um dos principais parceiros potenciais, principalmente em relação ao hidrogênio verde.

O hidrogênio verde é aquele produzido com eletricidade oriunda de fontes de energia limpas e renováveis, como as de matriz hidrelétrica, eólica, solar e provenientes de biomassa, biogás etc. Em outras palavras, diferentemente do chamado hidrogênio cinza, ele é 100% sustentável e carbono zero, pois é obtido sem a emissão de CO2. O hidrogênio verde, pelo fato de possuir aplicações variadas e permitir integrações setoriais, tem como uma de suas principais vantagens possibilitar a descarbonização de setores em que a redução das emissões é mais difícil, tais quais a siderurgia, a indústria química e o transporte de carga marítimo e aéreo.

A Alemanha possui um potencial limitado de geração de energia renovável e, invariavelmente, necessitará formar cooperações internacionais para efetivar a sua transição energética. Nesse sentido, o país vem desenvolvendo diversas iniciativas, como a Fundação H2Global que, em parceria com grandes empresas (Siemens Energy e ThyssenKrup, entre ou-

tras), conta com aporte financeiro do Governo Alemão de € 900 milhões para fomentar o desenvolvimento do hidrogênio verde em países fora da União Europeia, com previsão de entregas já para 2024. Não obstante, as Câmaras Brasil-Alemanha (AHK) de São Paulo e do Rio de Janeiro lançaram em parceria com a GIZ (Agência Alemã de Cooperação Internacional) a Aliança Brasil-Alemanha para o Hidrogênio Verde, para promover parcerias e oportunidades de negócios entre empresas e instituições brasileiras e alemãs

O Brasil, por sua vez, é um dos países com maior potencial e poderá se consolidar como player central no mercado global de hidrogênio verde e no seu fornecimento para a Europa. No escritório europeu da InvestSP, estamos atuando no sentido de posicionar o Estado de São Paulo como uma potência global no hidrogênio verde, também tendo o etanol como fonte, uma vez que somos o maior polo produtor de cana de açúcar do mundo. A Universidade de São Paulo anunciou recentemente uma parceria com Raízen e Shell para o desenvolvimento de uma tecnologia capaz de transformar etanol em hidrogênio verde,

por meio da instalação de duas fábricas no próprio campus da USP. A inauguração do primeiro posto de hidrogênio verde à base de etanol do mundo, para uso em ônibus circulares da universidade, está prevista já para 2023. A tendência é que iniciativas como essa, posicionando o etanol como fonte de hidrogênio verde, ocorram cada vez mais.

O Estado de São Paulo coloca-se como um possível parceiro energético da Alemanha no longo prazo. Este esforço passa por uma atuação integrada e conjunta entre governos, setor privado, entidades representativas e academia, para se consolidar um mercado global de hidrogênio verde e atacar os pontos de atenção, como o elevado custo e a complexidade logística e de armazenamento. São Paulo, além de possuir enorme potencial para a produção de hidrogênio verde – energia hidrelétrica, etanol, biomassa, solar, etc. –, concentra universidades, hubs de inovação e polos tecnológicos (como Campinas e São José dos Campos), grandes empresas de energia, e os principais escritórios de advocacia e consultorias, de forma a integrar os players necessários para o desenvolvimento dos projetos. Recentemente, a InvestSP Europa lançou o “Doing Business in SP”, um

guia prático em alemão e em inglês, que reúne as principais informações para se fazer negócios em nosso Estado, também com o intuito de atrair investimentos europeus para o hidrogênio verde paulista.

A crise climática e a necessária transição energética são dois dos principais desafios deste século. A resposta à emergência climática passa, invariavelmente, pelo Brasil e por São Paulo. Somos parte da solução deste desafio, pois temos potencial para liderarmos a construção de uma economia de baixo carbono. O Estado de São Paulo está pronto para dar a sua contribuição à corrida pela descarbonização e para intensificar a sua parceria energética com a Alemanha, exercendo papel central na transição energética europeia.

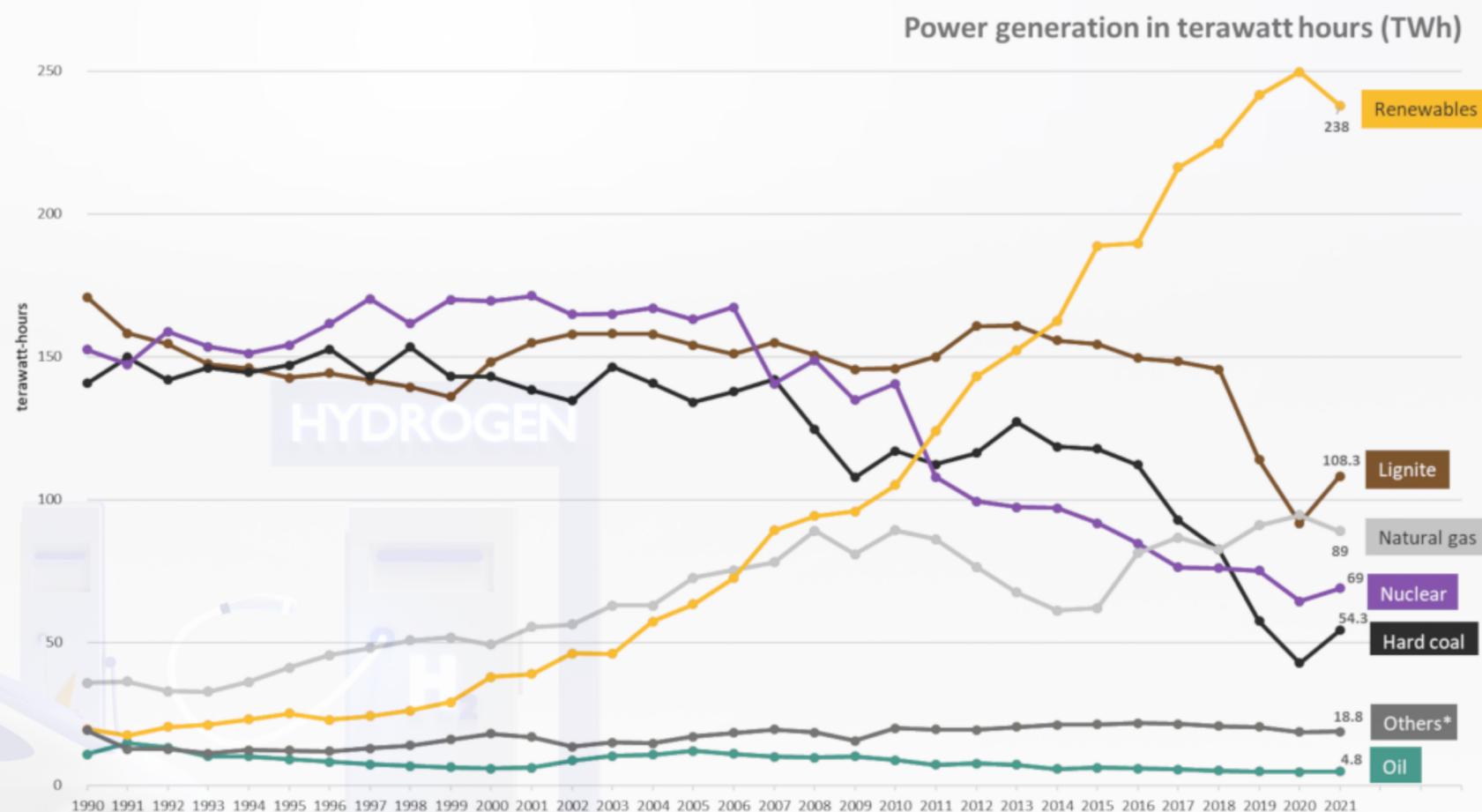


Por Fernando Fritz
COO InvestSP Europa

CLEAN
ENERGY
WIRE

Produção de energia na Alemanha entre 1990-2021, por fonte

GROSS POWER PRODUCTION IN GERMANY 1990 - 2021, BY SOURCE



DATA: BDEW 2021, data preliminary

* Without power generation from pumped storage.

CC BY SA 4.0



Economia circular

N A M O D A

Transformando resíduos em novas matérias-primas

A LIBÉRTECCE Economia Circular tem origem na indústria de confecções de pequeno porte, com estrutura familiar, localizada na cidade de Getúlio Vargas-RS.

Na indústria de confecções, tenho experiência de mais de 29 anos de mercado, vivenciando o problema dos resíduos sintéticos (poliéster e poliamida) oriundos do processo de corte. Além disso, tive a honra de presidir o Sindicato das Indústrias do Vestuário do Alto Uruguai/RS (SINDIVEST Alto Uruguai/RS), tendo como um dos principais problemas das indústrias associadas a correta destinação dos resíduos sintéticos.

Segundo dados da ONU Meio Ambiente, a indústria têxtil é um dos maiores motores econômicos do mundo, avaliada em cerca de US\$ 2,4 trilhões de riquezas geradas por ano e responsável por empregar mais de 75 milhões de pessoas em todo o mundo. Contudo, o setor também se destaca por ser um dos mais poluentes do planeta, tendo a geração de aparas ou retalhos de malhas e te-

cidos como principal fonte de poluição ambiental com o seu descarte incorreto. O corte das peças gera um grande volume de aparas/retalhos de malhas/tecidos, sendo o seu tamanho e formato determinado de acordo com o formato do tecido, largura dos rolos e aproveitamento através do encaixe. Em média, no nosso setor, mesmo com o uso de sistema CAD para encaixe dos moldes, a cada 100 kg de tecidos/malhas usados para confeccionar uma peça de vestuário, entre 20 a 30 kg se transformam em resíduos, se caracterizando como pequenos pedaços de tecidos que não apresentam tamanho suficiente para serem usados como uma parte da peça do vestuário.

No Brasil, estima-se que sejam produzidas cerca de 200 mil toneladas/ano de resíduos, apresentando um percentual de reciclagem baixo (na faixa de 30%), concentrado nos resíduos das fibras naturais como o algodão. O restante, cerca de 140 mil toneladas, composto por fibras sintéticas que têm como destino os aterros sanitários ou o descarte incorreto.

Somente na região do Brás em São Paulo, o relatório Fios da Moda, do Instituto Modifica/Fundação Getúlio Vargas, mostra que são descartadas 45 toneladas de lixo têxtil diariamente. O percentual de geração de resíduos têxteis é muito alto. Só quem vivencia na pele esse problema sabe das montanhas de resíduos que são geradas diariamente. Os resíduos de origem natural, como o algodão já tem sua reciclagem consolidada no mercado, se transformando em novas fibras usadas em diversos processos. O problema são as fibras sintéticas, em especial o poliéster e poliamida. Importante destacar que as fibras sintéticas levam em média mais de 300 anos para se decompor na natureza.

Então nessa problemática dos resíduos sintéticos, começamos em 2015 a estudar alternativas para reutilizar esses resíduos no contexto da Economia Circular. Buscamos parcerias com Institutos de Inovação no Brasil e no exterior para desenvolver rotas tecnológicas. Em 2019, criamos a LIBÉRTECCE, startup que tem como objetivo transformar os resíduos têxteis sintéticos em novas matérias-primas (www.libertecce.com.br).

A ideia básica das soluções é agregar valor aos retalhos de tecidos com baixo custo, contribuindo para a redução do passivo ambiental do setor. Foram desenvolvidas 05 tecnologias de reciclagem de resíduos têxteis, que geraram pedidos de patentes:



1. Resíduos têxteis sintéticos e mistos, e peças de vestuário pós-consumo usados para fabricação de madeira plástica

1º MADEIRA PLÁSTICA:

os resíduos e peças de vestuário pós-consumo são transformados em uma massa polimérica usada na produção de peças plásticas como tábuas, telhas, pisos, etc

Fonte: LIBÉRTECCE

2º PELLETS PARA INJEÇÃO:

os resíduos de poliéster, poliéster com elastano, e poliamida com elastano são transformados em pellets para serem usados como matéria-prima no processo de injeção de peças plásticas.



2. Resíduos têxteis sintéticos (poliamida e poliéster) transformados em pellets usados na injeção de peças plásticas.



3. Resíduos têxteis sintéticos (poliamida e poliéster) transformados em pellets usados na injeção de peças como adereços de calçados e fechos de segurança.

Fonte: LIBÉRTECCE

4.



Resíduos têxteis de poliéster transformados em pellets usados na extrusão de novos filamentos têxteis.

3º PELLETS PARA EXTRUSÃO FILAMENTOS:

Os resíduos de poliéster são transformados em pellets para serem usados no processo de extrusão de novos filamentos, que são usados na fabricação de novas malhas e tecidos

Fonte: LIBÉRTECCE

5.



4º FIO RECICLADO MECANICAMENTE:

Os resíduos são transformados em fibras sem uso de água e químicos, para serem usados no processo convencional de fiação têxtil para a produção de fios e tecidos (imagens 5 e 6). Conseguimos reciclar mecanicamente o elastano, sendo que o fio reciclado conserva a propriedade de elasticidade da antiga fibra (bobina da direita na imagem 5). Segundo nossas pesquisas trata-se do primeiro caso de reciclagem mecânica do elastano no mundo!

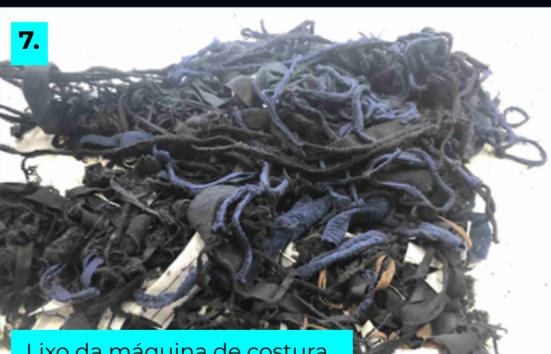
(5) Resíduo transformados em um novo fio. Poliéster na bobina da esquerda; e poliéster, algodão e elastano na bobina da direita. (6) Fio reciclado mecanicamente usado em tecido de colete utilitário.

Fonte: LIBÉRTECCE

6.



7.



Lixo da máquina de costura.

8.



Gás combustível gerado a partir do lixo das máquinas de costura

Fonte: LIBÉRTECCE

5º ENERGIA ELÉTRICA:

Através da gaseificação, transformamos o lixo das máquinas de costura (imagem 7) em um gás combustível (imagem 8), usado para alimentar um motor gerador de energia elétrica.

Como temos um portfólio completo de soluções para o resíduo têxtil sintético, inicialmente, nosso negócio é a prestação do serviço de transformação do resíduo em uma nova matéria-prima para a própria indústria geradora. A exceção é a solução de energia elétrica, onde pretendemos vender o módulo do gaseificador e de geração de energia elétrica diretamente para o gerador de resíduos, de modo que ele mesmo possa transformar seu resíduo em energia.

Ano passado (2021) começamos a divulgar nossas tecnologias. Estamos participando de várias feiras em nível nacional, como o INSPIRAMAIS em porto Alegre/RS, a FEBRATTEX em Blumenau/SC, e a MERCOPAR em Caxias do Sul/RS.

Em apenas um ano de estrada, já estamos com grandes perspectivas de negócios. Atualmente estamos desenvolvendo soluções para os resíduos têxteis sintéticos dos setores têxtil e vestuário, calçados, moveleiro, automotivo e agrícola. Fizemos um grande investimento no desenvolvimento dessas tecnologias. Estamos montando a fábrica dos pellets e da madeira plástica aqui em nossa cidade de Getúlio Vargas/RS, com previsão de início das operações em fevereiro de 2023.

Nossas tecnologias estão se destacando no mercado! Por exemplo, nossos pellets de poliéster têxtil para a injeção de peças plásticas estão chamando a atenção do mercado de polímeros. Testes iniciais indicam que apresentam características semelhantes ao polímero ABS, que é amplamente usado pela indústria de injetados.

Outro exemplo é o filamento de poliéster reciclado. Atualmente o mercado oferece fios

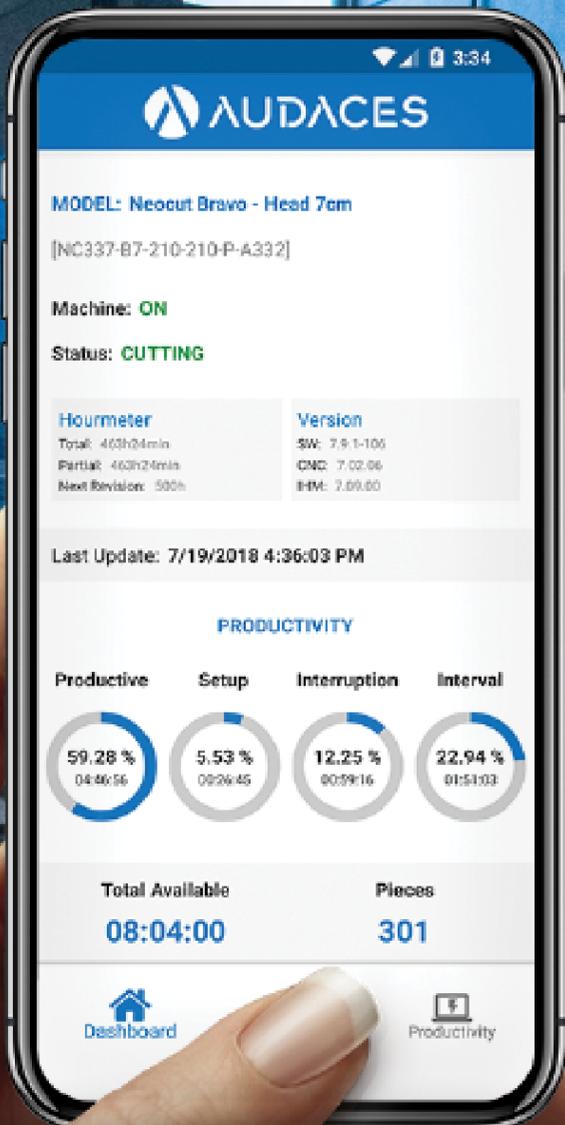
têxteis oriundos de resíduos de garrafas PET. Mas não existe fios têxteis fabricados a partir de resíduos de poliéster têxtil. Nós conseguimos desenvolver essa tecnologia!

Enfim, estamos apenas no início de nossa jornada! É um processo desafiador! Mas tudo isso nos motiva porque transformamos os resíduos têxteis sintéticos em novas matérias-primas, com reflexos importantíssimos nas temáticas da Bioeconomia, ao propor um novo modelo de negócio baseado na economia circular; e na indústria e manufatura ao oferecer tecnologia para uma produção sustentável, com menos resíduos.

Estamos abertos a parcerias para escalar nossas soluções no mercado. Interessados podem nos contatar.



Por João Carlos Oleksinski de Andrades
Diretor da LIBÉRTECCE
Economia Circular



CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

como a tecnologia para a moda pode beneficiar empresas, pessoas e o meio ambiente

Tecnologia e recursos humanos, em sinergia, no desenvolvimento de projetos que transformam para melhor a sociedade, os negócios e o planeta: assim podemos definir a união entre os conceitos de Indústria 5.0 e ESG (Environmental, Social and Governance) - termo que representa responsabilidade socioambiental, reputação e credibilidade para as empresas.

Esse movimento, visto e aplicado em empresas de todo o mundo, nasceu da necessidade latente por um olhar mais voltado à sustentabilidade e à transparência por parte das organizações. A própria sigla ESG vem sendo utilizada - de forma um tanto equivocada, no lugar da palavra Sustentabilidade. Porém, sua abrangência é infinitamente maior.

É através da adoção de algumas práticas que as empresas conseguem se adequar ao conceito de ESG. Entre elas: viabilizar a gestão de resíduos e a conscientização da equipe; reduzir os riscos no ambiente de trabalho; desenvolver programas de benefícios aos colaboradores; promover a diversidade e inclusão dentro da empresa; e implementar programas de treinamento e desenvolvimento. O termo ESG foi cunhado pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 2004, com o objetivo de engajar empresas na adoção de princípios para as áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Essas práticas também auxiliam empresas e organizações a se aproximarem cada vez mais do cumprimento dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, também

estabelecidos pela ONU, que são uma série de compromissos mundiais em favor do desenvolvimento sustentável. Em suma, os ODS sintetizam os desafios sociais, ambientais e de governança que o planeta enfrenta. Segundo reportagem apresentada pela revista Valor Econômico, uma pesquisa realizada pelo Global Network of Director Institutes (GNDI) mostrou que 85% dos quase 2 mil conselheiros consultados acreditam que, no longo prazo, teremos maior foco em questões ESG, de sustentabilidade e de geração de valor para os stakeholders.

Podemos perceber com isso que a busca por um crescimento sustentável é um caminho sem volta nas empresas. E aqui na Audaces já estamos trabalhando neste sentido, sobretudo no desenvolvimento de tecnologias voltadas à otimização de processos que reduzam o desperdício de matéria-prima e recursos, e aumentem a produtividade de forma sustentável.

Prova disso são os investimentos em soluções de criação totalmente digital, que eliminam 100% a utilização de papel, além de reduzir significativamente a necessidade de uso de peças-piloto para aprovação, já que a etapa pode ser feita digitalmente através de um desfile virtual. Para se ter uma ideia, o custo de uma peça-piloto chega a representar até 10 vezes mais do que o custo da peça final. É isso que propõe a nossa ferramenta Audaces Fashion Studio. Com ela é possível criar peças sem a necessidade de moldes, diretamente em um avatar tridimensional. O teste de variantes também ganha velocidade e, ao final da criação é possível visualizar e aprovar cada item de forma digital. Criação otimizada e uma experiência única, que pode ser ainda mais bem aproveitada com a utilização de óculos de realidade virtual, que transporta o usuário direto para o Metaverso.

Outro lançamento que estamos propondo no sentido da redução de custos e matéria-prima e no ganho tempo é o Audaces 3D. A solução permite costurar e simular modelos criando protótipos digitais, desenvolvendo peças diretamente do digital para a produção.

Mas não é de hoje que a Audaces se preocupa com a sustentabilidade de negócios e do meio ambiente. Nossa plataforma única de soluções Audaces360 tem como objetivo aumentar a eficiência operacional das empresas e alavancar resultados, com impacto positivo no ecossistema da moda. Há cases que mostram uma economia no uso de tecido entre 20% e 30%, e crescimento da produção chegando a 300% para alguns clientes.

Também temos voltado nosso olhar para a transformação de negócios de moda no Brasil e no mundo, através do Attiva, serviço de consultoria especializado em implementação da cultura digital da Criação 5.0 por meio da máxima eficiência na utilização das ferramentas do Audaces360.

Com ele desenvolvemos projetos personalizados para empresas de todos os tamanhos, proporcionando máximo retorno no capital investido em nossa plataforma única de soluções Audaces360, além da redução de custos, otimização de processos, desenvolvimento de coleções em tempo recorde, aumento da lucratividade da empresa, ganhos em assertividade das coleções e mais uma série de benefícios.

Estamos trabalhando de maneira contínua na capacitação de mão de obra para a área da moda no Brasil, preparando estes profissionais para a Indústria 5.0 - próxima etapa da revolução industrial, cujo "propósito é alavancar a criatividade única, o pensamento crítico e cognitivo de especialistas humanos para colaborar com máquinas poderosas, inteligentes e precisas".

Isso se dá através da Audaces Academy, nossa escola online, criada com o objetivo de expandir o conhecimento e a tecnologia sobre o universo da moda de forma fácil e acessível, e demonstra a nossa preocupação em investir em um mercado tão próspero e importante quanto o Brasil.

Nosso país possui a maior Cadeia Têxtil completa do Ocidente, figura entre os cinco maiores produtores e consumidores de denim e entre os quatro maiores produtores de malhas do mundo. São mais de 24 mil unidades produtivas formais em todo o Brasil, além de sermos referência mundial em design de moda praia, jeanswear e homewear.

E integrar toda essa cadeia produtiva à Indústria 5.0, em concordância com os valores propostos pela ESG, é um compromisso para nós da Audaces, que trazemos em nosso DNA o propósito de empoderar pessoas para revolucionar o mundo da moda.



Por Matheus Diogo Fagundes
Diretor Executivo de Marketing e Vendas da Audaces

Compromissos e oportunidades na agenda ESG

Os consumidores estão mais exigentes e engajados nos temas socioambientais. É o que mostrou a pesquisa do Observatório FEBRABAN feita ano passado em parceria com o IPESPE. 74% dos brasileiros têm muito ou algum interesse em ecologia e meio ambiente e, em outra questão 78% se mostram pouco ou nada satisfeitos com os níveis de preservação ambiental no País.

Essa consciência faz com que as empresas sejam chamadas a se posicionar sobre como incorporam, em seus negócios, os aspectos ambientais, sociais e de governança (ESG, na sigla em inglês) mais relevantes às suas atividades. Algumas das principais petrolíferas, por exemplo, já se colocam como empresas de energia e têm anunciado redirecionamentos, visando alinhar suas estratégias à uma economia cuja matriz não será mais de base fóssil.

Do lado do setor financeiro, a valorização das melhores práticas ESG já se traduz em condições melhores de crédito e investimento para empresas. Também crescem as operações de dívida sustentáveis, como os títulos e financiamentos temáticos ou vinculados a metas ESG. O volume de operações emitidas com algum rótulo sustentável no Brasil em 2021 alcançou R\$ 84,5 bilhões, volume muito superior aos R\$ 30 bilhões de 2020, conforme levantamento da NINT. Este ano, estas operações já alcançaram R\$ 41,5 bilhões.

Quem acessa esse mercado pode obter redução de taxas, vinculadas ao cumprimento de metas ou ao compromisso de destinação específica do recurso. Iniciativas globais e regionais também respaldam o mercado e fornecem diretrizes para estas operações. Dentre elas estão os Green Bond Principles, os Green

Loan Principles, os padrões da Climate Bond Initiative e iniciativas de taxonomia verde, como a da União Europeia.

No Brasil, a Federação Brasileira de Bancos - FEBRABAN atualizou sua taxonomia verde, utilizada para avaliação das carteiras de crédito do setor bancário a partir de critérios socioambientais e climáticos. O trabalho, feito em 2020, considerou as principais referências do mercado e contou com apoio técnico da NINT (à época SITAWI) e do Departamento de Economia da PUC-Rio.

A aplicação da nova metodologia aos saldos de crédito do setor mostra um avanço na participação da Economia Verde nas carteiras dos bancos e uma redução nas exposições a riscos ambientais e climáticos. Em que pese certa sobreposição entre as três categorias mapeadas, em função das características de certas atividades, o levantamento revela uma importante tendência.

Em 2012, pouco menos de 18% do crédito a pessoas jurídicas era direcionado às atividades enquadradas em Economia Verde. Em 2020, esta participação subiu para 22%. Em relação às atividades com maior exposição ao risco ambiental, outra categoria avaliada, a participação caiu de 50%, em 2012, para 44% da carteira, em 2020.

Passamos a mensurar também o volume de crédito concedido a setores com maior exposição às mudanças climáticas, seja em relação ao seu aspecto físico, como secas e estiagem que impactam o custo da energia, ou aos chamados riscos de transição, associados, por exemplo, a alterações regulatórias para redução de emissões. As operações destinadas às atividades mais expostas aos impactos da mudança do clima equivaliam a 62% da carteira, em 2012, e a 51% em 2020.

A avaliação dos setores sob a ótica socioambiental e climática irá orientar cada vez mais o direcionamento dos fluxos de crédito e investimento para as empresas. Os números, calculados a partir da nova classificação e das operações registradas no Sistema de Informações de Crédito (SCR) do Banco Central, mostram uma evolução, gradual, na inserção destes fatores nas estratégias das instituições.

Iniciativas em outras frentes também apontam para a intensificação deste movimento. As alterações regulatórias no campo socioambiental propostas pelo Banco Central, os aperfeiçoamentos na autorregulação bancária e os compromissos anunciados de financiamentos de ativos sustentáveis e neutralização das emissões dos portfólios das instituições financeiras vão nesta direção.

As instituições financeiras ocupam papel central no apoio a projetos com impacto positivo e essas iniciativas já começam a ter seus efeitos nos direcionamentos de capital e de preços na economia. Também geram demandas e oportunidades para que empresas integrem de forma mais robusta os aspectos ESG em seus negócios.

Transformações mais profundas - e necessárias - devem ocorrer na medida em que estas ações convergem com as demandas dos consumidores e com políticas públicas que incorporem nos sistemas de preços as externalidades sociais e ambientais. A sustentabilidade dos negócios dependerá cada vez mais das práticas sociais, ambientais e de governança das empresas.



Por Amaury Oliva
Diretor de Sustentabilidade,
Cidadania Financeira, Relações com o Consumidor e Autorregulação da FEBRABAN



Por Beatriz Secaf
Gerente de Sustentabilidade da FEBRABAN



Qualificação e oportunidade a verdadeira riqueza de um país

Há 75 anos um jovem chamado Nahum Manela começou um grande sonho: fundar uma empresa que trouxesse beleza, conforto e empoderamento. Devido ao cenário da época, quando a guerra deixou milhares de mulheres sozinhas e crianças órfãs, ele percebeu a oportunidade de contribuir com a sociedade nesse momento de grande dificuldade. A partir desse sonho nasceu DeMillus, a empresa de venda direta que veio para ser gigante.

Diferente do Sr Nahum, quando jovem eu era menos visionária, meu coração era repleto de certezas e a principal delas era que a matemática resolveria todos problemas e desafios que me deparasse. O tempo me provou que estava totalmente equivocada sobre a essência desta jornada. Atuando na área de produção me apresentaram um novo olhar, descobri que as máquinas sozinhas não fazem o produto, não são a empresa, mas o todo a movimenta e faz criar os produtos mais lindos já vistos. Aprendi que as pessoas são a chave do desenvolvimento, crescimento, expansão, encantamento e realização. Entendi que a diversidade enriquece, soma olhares trazendo soluções, parceria, e que este processo é de uma grandeza sem tamanho. Descobri minha missão e propósito que é desenvolver pessoas, buscar o melhor de cada um, potencializar

talentos alcançando os resultados esperados tentando equilibrar os pratos emocionais e técnicos. Esse sentimento também representa a empresa, me espelhei no melhor exemplo, na melhor escola, com equipes potentes, sendo a maioria mulheres oriundas das favelas. Mulheres que lutam, cuidam dos seus filhos e dos seus pais, e no geral, sozinhas para tudo. Pessoas determinadas a vencer, mas sem saber como, sem conhecimento, sem recursos, sem oportunidades. Mulheres invisíveis para sociedade e para o estado. Estas já estavam empregadas com todas as garantias trabalhistas que a DeMillus honra com maestria, mas ainda havia muitas a potencializar.

Em 2014 tive o privilégio de ser convidada pela nossa Vice-Presidente, Eva Goldman, para atuar na área de Vendas Domiciliares, Setor de Venda direta que empodera e embeleza todas as pessoas com a revenda dos nossos 300 modelos que tem qualidade garantida, melhor relação custo-benefício e um universo de possibilidades financeiras. A partir daí começamos uma nova jornada de grande aprendizado, descobrir quem e como são essas pessoas, como vivem e como sobrevivem. Fui treinada e percebi que não adiantava conhecer profundamente os produtos, precisava compartilhar o conhecimento para que todas

as pessoas soubessem vendê-los, garantindo seu sustento e realizando seus sonhos mais inesperados. Para esta missão buscamos novamente o recurso mais precioso, o humano, e sob a coordenação do departamento de Marketing, direcionamento da diretoria e apoio dos setores interdependentes, começamos a jornada da padronização e disseminação dos processos, desde rotinas das promotoras de relacionamento, profissionais que captam as novas revendedoras, as treinam e apoiam, capacitação das nossas revendedoras, como para desenvolvimento das gerentes distritais, que coordenam e qualificam as promotoras. Tudo registrado em manuais específicos com reciclagens periódicas para todos envolvidos. Até aquele momento a principal forma de disseminação da informação e treinamento das revendedoras eram as reuniões setoriais e visitas apresentando nosso catálogo de produtos, e, a captação de novas revendedoras por panfletagem nas avenidas, praças, comunidades. A internet bateu à porta, a pandemia trouxe o caos com ruas vazias, medo de contaminação, vendas com quedas vertiginosas de até 40%. Imaginamos que talvez fosse o fim, mas era só o começo, iniciamos uma nova era, a das lives nas mídias sociais, e mesmo de forma amadora fizemos da melhor maneira possível, tateando a tecnologia e ensinando às equipes, desde promotoras até as revendedoras. Nossas reuniões presenciais migraram para a internet, abraçando virtualmente as pessoas, entrando em suas casas pelo celular, ensinando as revendedoras como vender pela internet, como receber valores por Whatsapp, implementamos também a venda simplificada pelo Whatsapp e também doando maquininhas de um banco parceiro para as revendedoras receberem seus pagamentos de forma segura. Hoje todos os processos estão acontecendo de forma híbrida, as pessoas precisam se relacionar, as visitas presenciais voltaram, nossas promotoras com aventais rosas colorem os sorrisos e corações, e dentre tudo as lives e treinamentos virtuais também permanecem. Vendas cresceram, sucesso absoluto e com isso tivemos incríveis histórias de transformação de vidas e enriquecimento de famílias.

O impacto deste modelo de negócio na sociedade é imenso. Hoje, no nosso quadro de Gerentes de Vendas do Rio de Janeiro, das seis existentes, duas delas vieram de comunidades, iniciaram como revendedoras e pelo excelente resultado de suas vendas foram convidadas para serem funcionárias DeMillus, hoje brilham com suas equipes e com seus carros zero-qui-

lômetro na garagem, tudo conquistado com seus esforços e apoios recebidos. Todas nossas promotoras de relacionamento são funcionárias CLT, 90% vieram das comunidades ou bairros simples das cidades e hoje realizam seus sonhos de consumo, cuidam de suas famílias e dão o melhor para seus filhos, viajam, estudam. Na revenda temos muitas mulheres que lucram acima de 5 mil reais por mês, construíram e reformaram suas casas, mantêm seus filhos na universidade mesmo sem ter um diploma em mãos. Algumas abriram suas próprias lojas nos bairros onde residem, aprenderam a empreender e seguiram em frente com o treinamento recebido por nós. São Vitoriosas! Temos muitas campeãs! Impossível listar e contar todas as histórias aqui. Nosso sistema de vendas e capacitação alcança tanto o asfalto como as comunidades, abrangemos a maioria dos bairros das regiões Sul, Sudeste, Nordeste, Centro-Oeste.

Com essa grande equipe de colaboradores e revendedores mantemos a liderança no mercado de consumidores de lingerie por décadas. Atualmente ocupamos a posição de marca mais lembrada pelos consumidores quando se fala em roupas íntimas, de acordo com pesquisa realizada pelo IEMI – Inteligência de Mercado. DeMillus é líder no mercado e reconhecida como a empresa que mais vende lingerie no Brasil. Vendemos mais que a segunda e terceira colocadas, juntas. Com mais de 5.500 funcionários diretos, a empresa comercializa 40 milhões de peças por ano. Na revenda dos nossos produtos alcançamos 135 mil famílias, gerando oportunidade para pelo menos 540 mil pessoas que se sustentam ou obtêm renda extra. São milhares de mulheres com suas vidas transformadas com treinamento, apoio e com o crédito inicial concedido, sem precisar investir, viabilizando novas donas de lojas virtuais ou físicas por esse país.

Isso sim é riqueza, desenvolvimento e empoderamento feminino, isso é DeMillus.



Por Andrea Tavares
Gerente Regional de Vendas DeMillus



ABCP

Os 4 A's do futuro

Hoje, mais de **800 milhões de pessoas** ao redor do mundo irão dormir nas ruas, em calçadas, expostas ao frio, chuva e demais perigos. Enquanto você lê isso, **184.638 mil** irão dormir sem nenhum alimento no Brasil. Dessas, 42.240 não terão acesso nem a um banho sequer aqui na cidade de São Paulo. Esses "invisíveis" cada vez mais visíveis são cerca de mais de 20 mil mulheres além de mais de 500 pontos com crianças e adolescentes em situação de rua no município paulista.

Como as grandes metrópoles estão lidando com isso?

Em alguns lugares, os custos diretos e indiretos desse público aos cofres públicos interferem em questões imobiliárias, sensação de segurança e ciclo de atendimentos hospitalares, levando até ao **êxodo de investimentos** como na costa oeste americana, por exemplo.

Contudo, temos aqui no Brasil uma resposta cada vez mais consolidada para esse desafio que, junto aos desafios climáticos, aparece como as pautas do futuro.

A Associação Beneficente e Comunitária do

Povo (ABCP) tem dado uma excelente resposta perante esse desafio. Com mais de meio milhão de atendimentos em diversas frentes nos últimos 15 anos, tirou mais de 300 pessoas da situação de rua, além de acolher cerca de 70 pessoas por ano em cinco casas, sendo duas repúblicas e duas casas terapêuticas em parceria com a secretaria estadual de desenvolvimento social do estado de São Paulo, e uma por parceria própria, tendo uma margem de empregabilidade próximo ao 100% e dando reinserção produtiva e social para cerca de 8 pessoas por mês. Além de mais de 30 toneladas de alimentos doados e mais de 40 pessoas sendo acompanhadas para elevação de escolaridade e capacitações junto à parceiros como SEBRAE e SENAC, alcançando cerca de 400 pessoas por semana promovendo uma trilha que vai da calçada à casa do acolhido, com acompanhamento de assistentes sociais, psicólogos, médicos, dentistas etc.

Para se ter uma ideia, esta iniciativa, de acordo com estudo do Junta internacional de fiscalização de entorpecentes (JIFE) é capaz de cooperar na economia de até 300 mil reais dos **cofres públicos** anualmente.

Com uma metodologia validada junto ao próprio governo de São Paulo, o processo leva cerca de 18 meses e o chamamos de 4 A's:

Tudo começa todas às sextas-feiras, quando colaboradores e voluntários vão até ao centro da cidade distribuir alimentos e realizar uma primeira entrevista com pessoas em situação de rua. Com essa conexão, é feita a divulgação da ABCP que chamamos de "Abordagem".

No segundo "A", que chamamos de Acolhimento, abrimos as portas da nossa sede para cerca de 100 pessoas em vulnerabilidade. Lá, na Vila Mariana, elas têm atendimento social, psicológico, corte de cabelo, distribuição de roupas, momento de escuta ativa, além de café da manhã e almoço, quando o ápice do dia chega. Um carro nosso fica na porta da instituição esperando os que vão aceitar nosso convite para saírem das ruas naquele exato momento. Os que aceitam, são encaminhados com kit de higiene, além de prévio registro para uma das nossas comunidades terapêuticas parceiras, entrando assim no nosso terceiro "A".

No Acompanhamento, além de encaminhar suporte de alimentos e monitorar com nossa equipe técnica a evolução de cada um deles, passam-se cerca de 6 meses do período da desintoxicação eventual de qualquer substância, quando ele é convidado para uma entrevista feita pela nossa equipe técnica. Nela, vamos avaliar o perfil desse acolhido para que ele entre no nosso quarto e último "A", a Autonomia.

Vindo para uma das nossas repúblicas- casas de alto padrão de até três andares na Vila Mariana e Ipiranga - encaminhados pela Rede do Programa Recomeço, da SEDS - Secretaria Estadual de Desenvolvimento Social, ou por alguma comunidade parceira, ele entrará num programa completo e intenso de acompanhamento psicológico, social, profissional e médico, diariamente, feito por profissionais voltados exclusivamente para desenvolver hábitos de autocuidado, autogestão, educação financeira, encaminhamento profissional e vocacional. Este programa também recebe supervisão e auditoria estatal, por meio da COED - Coordenadoria Estadual de Políticas sobre Drogas.

Passado cerca de seis meses nessa intensidade, temos em uma das casas, por exemplo, o feito de 92% de taxa de sucesso. Em outras palavras, 9 entre dez que chegam nessa república saem da situação de rua ou estão empregados em suas próprias casas agora.

Agora, chega a vez da cerimônia do tapete vermelho, quando esse 'ex-pessoa em situação de rua' que já fez sua reserva financeira (nossos acolhidos saem da nossa república com uma média de 3 mil reais guardados já que, enquanto conosco, não tem gasto nenhum sendo incentivados a criarem sua reserva financeira como parte do contrato assinado quando entram no nosso serviço) caminha para sua casa, com seus próprios móveis, tendo migrado da extrema pobreza para classe C em cerca de 18 meses, quando em alguns países isso demora até **9 gerações**.

Do primeiro contato numa calçada no centro da cidade até o Tapete Vermelho, na ABCP, passam-se meses de um relacionamento personalizado baseado na excelência técnica e na certeza de que é possível mudar realidades e voltar a sonhar, como eles próprios costumam testemunhar quando estão conosco.

Para finalizar, gostaria de lembrar um estudo da faculdade de Stanford chamado "Teoria da Vidraça Quebrada" - usado, inclusive, na retomada social da cidade de Nova York na **década de 90**.

A teoria sugere que, após longas observações, uma simples vidraça quebrada em uma vizinhança influencia a quebra ou não-cuidado de outros estabelecimentos e/ou outros equipamentos públicos por parte da população local, sendo responsável por uma reação em cadeia que pode levar até a escaladas de violência ou depredação pública.

Se uma vidraça quebrada pode interferir tanto assim no comportamento de uma pessoa, imagine o impacto que têm de assistir diariamente uma pessoa abandonada na calçada na vida de um cidadão?

Além dos 4 "A's", o nosso último e mais importante "A", é o Amor. Apesar de números expressivos, se somente tivéssemos ajudado uma única pessoa, todo esforço já teria valido a pena.



Por Helcio Honda
Presidente da ABCP, Sócio fundador Hondatar Advogados, Diretor Jurídico da FIESP e Conselheiro Estadual OAB

Abit **REVIEW**

Realização:



Patrocínio:

EPSON[®]
EXCEED YOUR VISION