

#Opinião: “O que torna as empresas japonesas líderes em sustentabilidade”

7 de Março, 2023

Por: Pilar Codina, Corporate Sustainability Manager da Epson Ibérica

Vivemos numa era em que as atitudes das empresas em relação aos problemas sociais e ambientais, desde o aquecimento global até à poluição por plástico e aos direitos humanos, estão a ser fortemente postas à prova. Espera-se das empresas iniciativas em favor da sustentabilidade ambiental e social, bem como o contributo a nível de ESG. O Japão moderno é internacional, aberto e flexível. É também um dos países tecnologicamente mais avançados do mundo, ou mesmo o mais avançado. Mas existe uma dicotomia muito interessante na cultura e nos negócios japoneses. Por muito que adote a modernidade, o país alia-a às tradições milenares[i].

Isto reflete-se no princípio Monozukuri, que pode ser traduzido como “a arte e a ciência do fabrico” e que está no centro do artesanato tradicional japonês há muitos séculos. Historicamente, o conceito refere-se a uma ética de trabalho baseada em conhecimentos profundos, múltiplas competências e muita paixão. É acompanhado por uma forte ambição de atingir a perfeição, uma aspiração que é muito reconhecida na sociedade japonesa.

As empresas japonesas têm uma visão a longo prazo em detrimento dos resultados a curto prazo. Por isso, preconizam o crescimento sustentável, ao mesmo tempo que respeitam os princípios antigos do artesanato e contribuem para a sociedade. Desde os automóveis à eletrónica, o país tem uma reputação de qualidade, com um compromisso com a excelência ainda evidente nos produtos que se fabricam atualmente.

No que diz respeito à fabricação, o conceito de Monozukuri exige que se deve dar particular atenção à utilização dos recursos para evitar o desperdício ou o supérfluo. Deve estar em harmonia com a natureza e deve aportar valor para a sociedade. Este conceito assenta em três pilares, em que cada um existe para conseguir os processos com menos custos e mais sustentáveis, ao mesmo tempo que aceleram a melhoria contínua. Para as empresas, isto traduz-se em três áreas chave. Em primeiro lugar, o produto e o desenvolvimento. Isto refere-se à fase de conceção, durante a qual é fundamental reduzir ao mínimo os recursos e os custos através da padronização dos processos, e da otimização da transparência e do trabalho em equipa. Isto é seguido pela produção, em que o objetivo é eliminar ao máximo o desperdício ao otimizar o fluxo de produção. Finalmente, a cadeia de fornecimento. Uma vez mais, o objetivo é reduzir o impacto global e o custo associado às atividades da cadeia de fornecimento.

Ao adotar o conceito de Monozukuri, as empresas podem focar-se na eliminação do desperdício e na otimização dos processos para assegurar uma redução de custos sustentável, ao mesmo tempo que se reinvestem os lucros e o esforço nos colaboradores, na sociedade e no planeta. Além de resultar num impacto

positivo na empresa e nos seus clientes, esta abordagem holística também assegura um crescimento sustentável.

Muitas empresas japonesas são disto exemplo, como é o caso da Epson. Os valores fundamentais da Epson giram em torno de um sentido de dever de contribuir para o desenvolvimento e o bem-estar da sociedade como um todo ao disponibilizar produtos inovadores que refletem as necessidades atuais dos clientes. Baseada no seu espírito artesanal, a Epson é fiel aos seus clientes e colaboradores, e está empenhada em ajudar a proteger o mundo em que todos vivemos. Este compromisso reflete-se no estatuto Platinum da Responsible Business Alliance (RBA) em Fabricação Responsável concedido à fábrica da empresa nas Filipinas em novembro de 2022.

Se por um lado é importante ter uma visão, esta visão tem de ser realista e ir ao encontro das necessidades daqueles que nos rodeiam. Dar a primazia ao cliente é uma parte essencial do Monozukuri, em que as empresas japonesas se inspiram na perspetiva a longo prazo e no que o cliente pode querer, bem como naquilo que é necessário no setor. Isto proporciona produtos da melhor qualidade e níveis de serviço que conquistam a confiança dos clientes.

E, uma vez que são as pessoas que fabricam as coisas, o processo de fabrico só é possível se as pessoas foram apoiadas para o fazerem, entrando o conceito de Hitozukuri, o compromisso de uma organização com a formação permanente nas competências e nos conhecimentos de todos os colaboradores. Por exemplo, a Epson tem um programa específico no Japão que considera o primeiro ano de emprego como um período de formação durante o qual os novos colaboradores aprendem esta abordagem ao trabalho. Os novos colaboradores reúnem-se para formações em grupo, onde adquirem a mentalidade e a atitude necessárias para a prática do Monozukuri, que é a base das tecnologias eficientes, compactas e de grande precisão da Epson.[\[ii\]](#)

Num mundo onde a inovação é das palavras do momento, é fácil esquecer que algumas das melhores ideias resultam de tradições que sobreviveram ao teste do tempo. O Japão tem uma longa história de criação de produtos de qualidade e podemos aprender muito com a sua abordagem.