

# FOREST ANUNCIA REPOSICIONAMENTO DE MARCA E COLOCA **ECONOMIA CIRCULAR** NO CENTRO DE SEU **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

**A** unificação da Forest Paper e da Revita Ambiental, concretizada em junho, resultou na agora chamada Forest. A nova organização, que reúne as diferentes unidades de negócios em uma só marca, reforça um aspecto competitivo que a Forest considera fundamental: posicionar-se como uma empresa verticalizada, da celulose ao papel formatado, passando pelo corte, rebobinamento e insumos como tubetes, paletes e cantoneiras.

A Forest conta com quatro unidades de negócios: Unidade de Celulose, com uma fábrica no Paraná; Unidade de Papel, com duas fábricas em São Paulo; Unidade de Conversão, com fábricas em Santa Catarina, Paraná e São Paulo, e Unidade de Insumos, com fábricas em Santa Catarina e Paraná. A empresa dispõe ainda de centros logísticos avançados no Espírito Santo e Pernambuco e recentemente anunciou um escritório comercial em Miami. Com uma capacidade produtiva anual de 300 mil toneladas de corte e rebobinamento de papéis e uma produção de 60 mil toneladas de celulose a partir da desagregação de embalagens longa vida, desponta como a maior recicladora de embalagens longa vida e maior indústria de corte e rebobinamento de papel da América Latina.

O processo de unificação das marcas passou pela condução de Luíza Carvalho, que assumiu a posição de diretora de Recursos Humanos da Forest em abril último. A executiva soma uma experiência de 15 anos na área e revela, na entrevista a seguir, como as frentes de trabalho encabeçadas nos últimos meses têm consolidado o crescimento sustentável da empresa.

---

**POR CAROLINE MARTIN**  
Especial para *O Papel*

**Luíza: “No contexto de crescimento da Forest, a área de Recursos Humanos tem sido fundamental para garantir que a nossa expansão seja sustentável e alinhada com os valores organizacionais”**

### **O Papel – Como você definiria a cultura organizacional da Forest?**

**Luíza Carvalho, diretora de Recursos Humanos da Forest** – A Forest tem um olhar empreendedor a todo o seu redor. A inovação está intrinsecamente ligada à nossa cultura organizacional. Estamos inovando constantemente, seja por meio de produtos, serviços, seja na capacidade produtiva. Em junho, a empresa deu um passo significativo e revelou uma marca única, que traduz o nosso DNA. Somos uma única Forest, com um único objetivo: ser reconhecida como referência em economia circular no Brasil. Todas as unidades de negócio compartilham a mesma cultura e os mesmos valores. Nossa identidade organizacional unificada fortalece a coesão entre as diferentes áreas de atuação, garantindo que, independentemente da unidade de negócio, todos estejam alinhados com o propósito maior de gerar valor a partir da economia circular. O novo posicionamento da marca remete a um jeito de pensar que valoriza a circularidade de ideias, produtos e pessoas. Mais do que entregar papel e celulose na medida e no tempo certo, buscamos valor no que pode ser repensado, reutilizado e reciclado. Acreditamos que a circularidade só é real quando o que criamos antecipa necessidades e retorna como prosperidade para todas as pessoas. Nossa cultura é pautada nos valores que expressam nosso jeito de ser e a forma como fazemos as coisas. Acreditamos em fazer para já e no detalhe, reinventar o papel que desempenhamos e sermos sustentáveis por resultados e responsáveis por natureza. Crescemos em torno das relações, entendendo que apenas por meio de relações autênticas e duradouras conseguimos gerar resultados que sustentam nosso crescimento contínuo com a economia circular.

### **O Papel – Com um player relevante da prática da economia circular, de quais formas a Forest avança nos aspectos ESG (Environmental, Social, and Governance)?**

**Luíza** – A Forest tem avançado significativamente nos aspectos ESG por

meio da implementação de práticas sustentáveis e inovadoras. A área de ESG está no centro das nossas ações estratégicas. No âmbito ambiental, nossa Unidade de Celulose é um exemplo de sucesso, transformando embalagens longa vida – que seriam destinadas para aterros, poluiriam o meio ambiente e demorariam até 100 anos para se degradarem – em matéria-prima de fibra celulósica chamada Revitacel, uma celulose de fibra longa sustentável. Recentemente, a Forest e o SENAI do Paraná firmaram uma parceria com o objetivo de avaliar os impactos ambientais da Revitacel. Após alguns meses de estudo, já foi possível identificar os principais indicadores de sustentabilidade do produto. Segundo os dados levantados pelo SENAI, a celulose da Forest gera 45,5% de resíduos a menos por tonelada produzida, quando comparada à celulose convencional. A Revitacel também utiliza menos energia, apresentando uma redução de 81,4% da energia elétrica comumente utilizada na produção de celulose virgem. A Revitacel, portanto, é um exemplo de economia circular, uma vez que reintroduz materiais recicláveis no processo, dispensando o envio para aterros sanitários. Vale destacar que a celulose da Forest pode ser transformada em papel reciclado, papel higiênico, papel toalha, telhas de fibrocimento e embalagens, produtos que estão no dia a dia dos consumidores que têm buscado cada vez mais por opções sustentáveis. Socialmente, estamos comprometidos com o desenvolvimento de uma cadeia ética de reciclagem, garantindo condições justas e seguras para todos os envolvidos, além de apoiarmos diversas entidades e ONGs que atuam com reciclagem, educação e empoderamento feminino. Nosso principal projeto é o Aprenda com a Forest, que oferece visitas guiadas para escolas paranaenses e ensina, de maneira lúdica, como funciona o processo de reciclagem das embalagens. Já a governança é um dos nossos pilares. Em junho, definimos o nosso

Plano Estratégico para o próximo biênio. Nesse trabalho em conjunto, nossas metas foram construídas para sustentar resultados a partir de uma prática de transparência e responsabilidade em todos os níveis da organização.

### **O Papel – Acompanhando a trajetória da Forest também pelos marcos da sua jornada profissional, como você avalia o amadurecimento do setor privado sobre a relevância de uma atuação pautada pelos critérios ambientais, sociais e de governança? De modo geral, você acredita que o setor privado e a sociedade estão mais conscientes sobre tais necessidades? Como a companhia se posiciona neste contexto?**

**Luíza** – O setor privado tem mostrado um amadurecimento notável na compreensão e adoção de critérios ESG nos últimos anos. Este crescimento se reflete no aumento das iniciativas de sustentabilidade, na maior integração de práticas sociais responsáveis e na melhoria dos padrões de governança. A Forest se posiciona demonstrando que a economia circular não é apenas viável, mas essencial para o futuro dos negócios. O crescente engajamento das empresas com práticas sustentáveis e a pressão da sociedade mostram que estamos caminhando para um mercado mais consciente. No entanto, ainda há um longo caminho a percorrer. A Forest continuará a fortalecer suas práticas ESG, contribuindo para o avanço desse amadurecimento em todo setor e sociedade. A substituição de embalagens plásticas por papel está em alta, atendendo às crescentes preocupações ambientais dos consumidores e das empresas. A reciclagem é fundamental para a economia circular e para a sustentabilidade, pois, além de reduzir a necessidade de matéria-prima virgem, gera um impacto social positivo. Contribui também para diminuir a poluição do solo e a emissão de gases de efeito estufa, colaborando para a preservação ambiental. Em julho, lançamos o primeiro papel sulfite do Brasil produzido com celulose reci-

clada, o RevitaPrint. O produto é exemplo do amadurecimento do setor pautado em uma sociedade cada vez mais consciente. Os principais diferenciais deste produto da Forest são relacionados aos benefícios sustentáveis que ele promove, já que o RevitaPrint reduz o consumo de recursos naturais e a geração de resíduos, contribui para a redução da pegada de carbono e promove práticas de reciclagem. Outro impacto importante é social, pois as embalagens pós-consumo são adquiridas de cooperativas de catadores.

**O Papel – Dando enfoque à fase atual de crescimento da Forest e à posição que você assumiu recentemente, quais ações vêm consolidando o planejamento estratégico da área de Recursos Humanos?**

**Luíza** – No contexto de crescimento da Forest, a área de Recursos Humanos tem sido fundamental para garantir que a nossa expansão seja sustentável e ali-

nhada com os valores organizacionais. Estamos trabalhando fortemente para consolidar nossa cultura neste ambiente de mudanças. Iniciamos a revisão das nossas políticas de recrutamento e seleção focando em atrair talentos que compartilham nossa visão de economia circular e inovação. Implementamos programas de desenvolvimento de liderança para fortalecer a capacidade dos gestores em lidar com os desafios das pessoas dentro de uma empresa que está passando por um crescimento acelerado. Além disso, estamos investindo em tecnologias de RH para melhorar a eficiência operacional e na criação de programas de desempenho e reconhecimento. Transversalmente a tudo isso, temos o objetivo de promover um ambiente de trabalho que favoreça a colaboração e o bem-estar dos colaboradores. Nossas iniciativas estão alinhadas ao planejamento estratégico da Forest, garantindo que as nossas pessoas estão preparadas e no centro das decisões para que possamos,

como time, entender as novas demandas do mercado.

**O Papel – Ao longo da sua trilha profissional, quais fatos você destacaria como marcantes tanto para a sua carreira quanto como contribuições para a Forest?**

**Luíza** – Destaco o meu papel na gestão de mudanças e transformação cultural que desenvolvi ao longo dos 15 anos da minha trajetória profissional. Destaco ainda os programas de desenvolvimento de lideranças, que preparam continuamente os líderes para situações e projetos cada vez mais complexos, que exigem de nós novas habilidades para a gestão de pessoas. Um dos marcos mais significativos, sem dúvidas, foi a liderança no processo de unificação (*rebranding*) das marcas. Além disso, a construção do Programa de Estágio, que tem se tornado uma importante fonte de talentos para a empresa, contribuindo para o crescimento sustentável da Forest. ■

## Perfil Profissional

**Nome completo:** Luíza Carvalho

**Formação acadêmica:** Psicologia (Centro Universitário de João Pessoa – UNIPÊ), MBA Executivo Internacional (FIA), Pós-MBA Trends Innovation (INOVA Business School).

**Cargo atual:** Diretora de Recursos Humanos da Forest.

**Principais aprendizados corporativos:** A força de uma organização reside nas pessoas que nela acreditam. Quando todos compartilham uma visão e um propósito maior é possível alcançar resultados extraordinários. Aprendi também que a flexibilidade é essencial em um mundo que está passando por mudanças constantes e que a inovação não é apenas uma escolha, mas uma necessidade para sobreviver e prosperar.

**Principais conquistas pessoais:** Primeiro, ser a mãe da Bianca e do Vítor. Ser mãe é uma experiência transformadora na minha vida. Meu maior propósito pessoal é poder contribuir positivamente para a mudança nos lugares onde eu estiver. Uma conquista pessoal que guardo com carinho são os Programas de Estágio, em que vejo jovens estudantes ansiosos para viverem a realidade organizacional, que infelizmente ainda é muito distante do dia a dia acadêmico. Quando eu era estudante, vivi muitas barreiras para acessar organizações e as lideranças e, hoje, fomento as oportunidades que não tive enquanto estudava.

**O que ainda almeja conquistar:** Quero continuar a construir um ambiente onde cada pessoa, independentemente de suas origens, possa florescer e alcançar seu potencial máximo. Sonho com uma Forest que não apenas segue as tendências, mas as define, sendo líder em práticas sustentáveis e inclusivas. Minha maior ambição é garantir que cada colaborador sinta que faz parte de algo maior, de uma história que está mudando o mundo para melhor.