



Ficha de Inscrição do 18º Prêmio Expressão de Ecologia

OBS: Apresentação obrigatória na primeira página do case



1. Informações cadastrais

- a) Identificação: **empresa**
- b) Nome: **Walmart Brasil**
- c) Setor: **Comércio varejista**
- d) Data de Fundação: **1995**

3. Informações sobre o projeto e gestão ambiental

- a) Categoria: **Gestão Ambiental**
- b) Título: **Sustentabilidade de Ponta a Ponta**
- c) Data do início do projeto: **2008**
- h) Resumo do case: **Em junho de 2008 o Walmart Brasil propôs para alguns de seus fornecedores-chave que fizessem análise do ciclo de vida em um produto líder - da matéria-prima ao descarte - para desenvolver alterações significativas buscando reduzir seus impactos socioambientais relacionados aos seus três grandes objetivos, relacionados a Clima e Energia, Resíduos e Produtos. Os produtos que integraram o projeto foram o achocolatado Toddy Orgânico, da Pepsico; a linha de águas Pureza Vital, da Nestlé; o amaciante Comfort Concentrado, da Unilever; o Band-Aid, da Johnson&Johnson; o desinfetante Pinho Sol, da Colgate-Palmolive; a esponja de banho Ponjita Naturals Curauá, da 3M; a fralda Pampers Total Confort, da Procter&Gamble; o Matte Leão Orgânico, da Coca-Cola Brasil; a linha de óleos vegetais Liza, da Cargill; e um sabão com marca própria do varejista, fabricado a partir de óleo de cozinha reciclado. Além de mobilizar os parceiros e fornecer suporte técnico para colaborar e avaliar os resultados apresentados pelas empresas - prestado pelo Centro de Tecnologia de Embalagens (CETEA). Em janeiro de 2010, ao fim de 18 meses de pesquisas, testes e cerca de 2.880 horas de consultoria técnica sênior, foram apresentados os resultados, surpreendentes: empresas de grande porte, tradicionais investidoras em pesquisa e inovação, ao olharem o ambiente produtivo com a visão do ciclo de vida do produto, conseguiram significativas reduções de custos e qualificação generalizada do produto e do processo produtivo.**
- i) Descreva outras boas práticas adotadas: **Desde 2005, a empresa orienta-se por metas ambientais globais, organizadas em três pilares: Clima e Energia, Resíduos e Produtos.**

AUTORIZO a disponibilização de download gratuito do arquivo digital do projeto inscrito através do site do Prêmio Expressão de Ecologia: **sim**

Projeto Sustentabilidade de Ponta a Ponta

Prêmio Expressão de Ecologia

Categoria Gestão Ambiental

Em 2005 o Walmart decidiu pela adoção irreversível de um processo de gestão orientado pela sustentabilidade, baseado em três grandes objetivos globais, como forma de crescimento dos negócios e preservação da atividade em um novo ambiente de mercado.

Para atingir estes objetivos, o Walmart Brasil adotou um processo de gestão que trabalha com oito Plataformas de Sustentabilidade. Este relato resume uma das iniciativas, a construção da “Cadeia de Suprimentos do Futuro”, que faz parte de uma dessas plataformas, a da Sustentabilidade na Cadeia de Suprimentos.

Em junho de 2008 o Walmart Brasil propôs para alguns fornecedores-chave fazer melhorias socioambientais em produtos líderes a partir da análise do ciclo de vida, para poder oferecer aos clientes produtos mais sustentáveis.

Participaram Pepsico, Nestlé, Unilever, Johnson&Johnson, Colgate-Palmolive, 3M, Procter&Gamble, Coca-Cola Brasil, Cargill e um sabão com marca própria do Walmart, fabricado a partir de óleo de cozinha reciclado. O Walmart contratou o Centro de Tecnologia de Embalagens para fornecer suporte técnico e organizar uma metodologia replicável.

Os resultados foram apresentados ao público no começo de 2010. Empresas de grande porte, com tradição em pesquisa e inovação, conseguiram significativas reduções de consumo de água, energia e matérias-primas, diminuição de emissões de GEEs, redução de custos e qualificação generalizada do processo produtivo.

Visão e gestão da sustentabilidade

O Walmart vê a realização de negócios sustentáveis como a mais importante oportunidade para o futuro de seus negócios e também para o futuro do planeta. No Walmart a sustentabilidade está definitivamente incorporada às diretrizes corporativas, sendo uma de suas principais estratégias globais desde 2005, quando a organização definiu três grandes metas:

- *Ser suprida 100% por energia renovável*
- *Ter uma operação com Impacto Zero em termos de resíduos*

- *Ofertar cada vez mais produtos com diferenciais de sustentabilidade*

E para administrar o esforço coletivo dos 87 mil funcionários, 7 mil fornecedores, milhões de clientes e demais stakeholders, o Walmart adotou um modelo de gestão formado por oito Plataformas de Sustentabilidade, sendo cada uma gerenciada por um alto executivo da empresa, que se reporta ao presidente. Estes profissionais são formalmente responsáveis pelo alcance das metas de sustentabilidade de sua frente de trabalho, e seu desempenho é avaliado trimestralmente com o mesmo rigor com que é avaliado por suas demais responsabilidades na empresa.

Plataformas de Sustentabilidade do Walmart Brasil:

- Construções e Escritórios
- Cadeia Logística
- Clientes Conscientes
- Funcionários Conscientes
- Impacto Zero
- Insumos
- Energia
- Cadeia de Suprimentos

Sustentabilidade na Cadeia de Suprimentos

Para tornar tangíveis os objetivos da Plataforma de Sustentabilidade na Cadeia de Suprimentos, trabalhamos com metas claramente definidas, transformadas em compromissos públicos.

Compromissos com a Cadeia de Suprimentos do Walmart Brasil

Amazônia

- Não participar do financiamento, uso, distribuição, comercialização e consumo de produtos pecuários que tenham qualquer ilegalidade em sua cadeia, principalmente desmatamento e trabalho análogo ao escravo
- Plano de auditoria independente e de reconhecimento internacional que assegure que os produtos comercializados pelo Walmart não são procedentes de áreas de devastação da Amazônia
- Promover o financiamento, produção, uso, comercialização e consumo de madeiras e produtos florestais com certificação de origem sustentável
- Estabelecer restrições ao financiamento, produção, uso, distribuição e consumo de grãos de soja (in natura ou processados) que tenham origem em áreas de desmatamento ilegal na Amazônia
- Estabelecer restrições comerciais às empresas e/ou pessoas identificadas em

sua cadeia produtiva que se utilizem de condições degradantes de trabalho associadas a práticas que caracterizem escravidão

Produtos

- Aumentar o número de produtos mais sustentáveis disponíveis ao consumidor
- Reduzir em 70% a presença de fosfato em detergentes e sabão em pó até 2013
- Oferecer produtos de lavanderia, no mínimo, 2x mais concentrados até 2012
- Oferecer pelo menos 1 produto orgânico por categoria de alimentos até 2012
- Estimular as vendas de produtos com diferencial em sustentabilidade
- Apoiar e estimular o desenvolvimento de produtos de ciclo fechado
- Produtos de marcas próprias do Walmart Brasil devem liderar pelo exemplo em sustentabilidade

Clima e energia

- Ser 100% abastecido por energia renovável
- Reduzir a emissão de gases de efeito estufa em 20% em lojas existentes até 2012
- Inaugurar protótipos de lojas de 25% a 30% mais eficientes em energia e que reduzam em 30% as emissões de gases de efeito estufa

Resíduos

- Implantar o Programa Impacto Zero em todas as unidades do Walmart Brasil
- Reduzir embalagens em 5% em toda a cadeia de abastecimento até 2013
- Reduzir em 50% o consumo de sacolas plásticas
- Implantar o “Sistema de Indicadores de Embalagem” até 2009
- Reduzir o consumo de sacolas plásticas em 50% até 2013

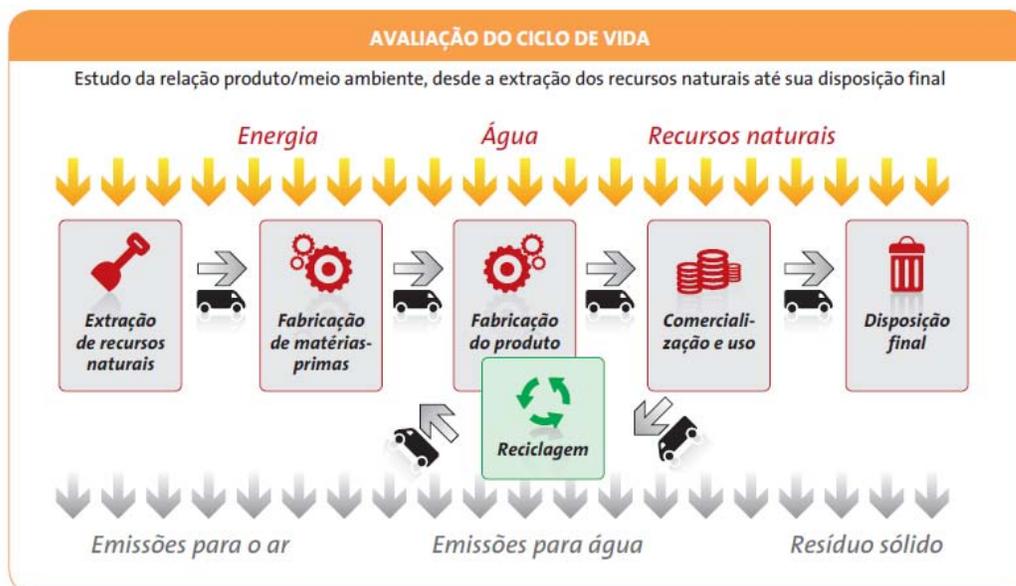
Descrição do projeto

Para construir a “Cadeia de Suprimentos do Futuro” e com isso aumentar a oferta de produtos mais sustentáveis para seus clientes, o Walmart Brasil vem trabalhando em várias frentes:

- A realização de uma série de encontros com stakeholders, os “Diálogos pela Sustentabilidade”
- A celebração do “Pacto pela Sustentabilidade”, com a definição de compromissos com potencial mobilizador do mercado, em parceria com fornecedores
- A realização de um projeto de desenvolvimento de fornecedores de alimentos mais sustentáveis organizados no “Clube dos Produtores”
- A realização de um projeto prático e demonstrativo do desenvolvimento de produtos mais sustentáveis, por meio da visão do ciclo de vida, o “Projeto

Sustentabilidade de Ponta a Ponta” – tema do relato aqui apresentado.

Em junho de 2008 o Walmart Brasil propôs para alguns de seus fornecedores-chave que fizessem a análise do ciclo de vida – da matéria-prima ao descarte – de um produto líder, a fim de desenvolver alterações que reduzissem seu impacto socioambiental. A nova versão do produto teria que ser mais sustentável de ponta a ponta, gerando um ciclo virtuoso de produção e consumo consciente e servindo como exemplo.



A avaliação do ciclo de vida de um produto permite melhorá-lo do ponto de vista de sua “pegada ecológica”.

Os produtos que integraram o projeto foram o achocolatado Toddy Orgânico, da Pepsico; a linha de águas Pureza Vital, da Nestlé; o amaciante Comfort Concentrado, da Unilever; o Band-Aid, da Johnson&Johnson; o desinfetante Pinho Sol, da Colgate-Palmolive; a esponja de banho Ponjita Naturals Curauá, da 3M; a fralda Pampers Total Comfort, da Procter&Gamble; o Matte Leão Orgânico, da Coca-Cola Brasil; a linha de óleos vegetais Liza, da Cargill; e um sabão com marca própria, fabricado a partir de óleo de cozinha reciclado.

Além de mobilizar os parceiros e fornecer suporte técnico para colaborar e avaliar os resultados apresentados pelas empresas – prestado pelo Centro de Tecnologia de Embalagens (Cetea) – a rede ofereceu visibilidade e exposição diferenciada desses produtos nos pontos de venda.

Em janeiro de 2010, ao fim de 18 meses de pesquisas, testes e cerca de 2.880 horas de consultoria técnica, foram apresentados os resultados: empresas de grande porte, tradicionais investidoras em pesquisa e inovação, ao olharem o ambiente produtivo com a

visão do ciclo de vida do produto, conseguiram significativa redução de custos e qualificação generalizada do produto e do processo produtivo.

Exemplos: a Nestlé reduziu o consumo de água em 51%; a 3M reduziu em 52% as despesas com energia elétrica; a Unilever promoveu redução de uso de papel para embalagens em 63%; a Coca-Cola reduziu em 90% a quantidade de tinta de impressão de embalagens; a Johnson&Johnson eliminou 18% de matérias-primas para a embalagem e o Walmart lançou o sabão marca própria TopMax (hoje sabão Bom Preço), fabricado a partir de óleo de cozinha usado.

Recursos técnicos e humanos envolvidos

O projeto “Sustentabilidade de Ponta a Ponta” foi sugerido pela alta administração da empresa varejista e realizado no âmbito corporativo, mobilizando funcionários das áreas de seleção, compra, distribuição e exposição final dos produtos, com a coordenação da área de Sustentabilidade. O processo respeitou a estrutura organizacional da empresa, que possui cerca de 500 unidades distribuídas por 18 estados e no Distrito Federal, nas quais trabalham 87 mil funcionários, que dispõem de amplos recursos de comunicação interna, como publicações, intranet e uma rede de televisão.

Para dar suporte ao Walmart e às empresas participantes, o Cetea disponibilizou uma equipe de especialistas e alocou infra-estrutura com equipamentos de ponta que permitiram a avaliação de todo o ciclo de vida de embalagens produzidas com todos os tipos de matérias-primas.

O projeto envolveu também equipes de engenheiros de produto, de processo e de produção, designers de embalagens, mercadológicos, compradores de insumos e especialistas diversos das empresas participantes. Algumas utilizaram recursos humanos e técnicos de outros países. A metodologia envolveu visitas técnicas dos consultores do Cetea às companhias e uma agenda regular de reuniões entre todos os participantes. Só a consultoria direta às empresas pela equipe do Cetea representou cerca de 2.880 horas.

Durante o desenvolvimento do projeto, relatórios regulares de acompanhamento e monitoramento eram avaliados permanentemente pela alta administração e reuniões periódicas eram realizadas entre os principais executivos do Walmart e dos parceiros.

Replicação e continuidade

Para ampliar a comunicação do projeto, o Walmart preparou e vem distribuindo nas formas impressa e pela internet uma publicação bilíngue (português-inglês) de 70 páginas, redigida por uma equipe de jornalistas especializados em temas

socioambientais. Este relatório, disponível em www.walmartbrasil.com.br/sustentabilidade, apresenta os resultados detalhados e auditados pelo Cetea e vem sendo aproveitado por profissionais de empresas diversas e por estudantes universitários.

O Walmart está replicando o processo com outros fornecedores e disponibilizou a metodologia desenvolvida para que seus parceiros repliquem o processo com seus próprios fornecedores, gerando um efeito-cascata positivo para a construção da cadeia de suprimentos do futuro, em uma economia mais sustentável.

Resultados

Disponibilização, no Walmart Brasil e para o mercado como um todo, de 10 produtos líderes de mercado efetivamente mais sustentáveis. Produzidos por empresas de padrão global, os produtos passaram por um processo de avaliação do ciclo de vida com acompanhamento técnico independente ao longo de 18 meses e agregaram ganhos importantes de ecoeficiência e benefícios para o consumidor final.

Esponja de Banho de Curauá, da 3M

Este projeto teve como base o desenvolvimento de um produto novo, focando o uso de fontes renováveis (fibras naturais) e fibra sintética (fonte fóssil) reciclada, bem como a redução de massa do sistema de embalagem e a otimização no uso de energia. Em comparação com uma esponja de banho regular, a de curauá apresentou as seguintes vantagens:

- 44% menos matéria-prima consumida na produção das embalagens do produto e das caixas de transporte;
- 32% de redução na geração de resíduos sólidos, devido ao desenho inovador da esponja, que permite um melhor aproveitamento da manta de fibra;
- 52% de redução no consumo de energia elétrica no processo industrial;
- Simplificação do material de embalagem para facilitar o processo de reciclagem;
- 42% de incorporação de matéria-prima de fonte renovável (fibra de curauá e cordão de algodão);
- 198% de aumento no uso de material reciclado, com adição de fibras PET e caixa de papelão, ambas 100% recicladas;
- Uso de matéria-prima certificada pelo FSC – Conselho Brasileiro de Manejo Florestal para produção das caixas de papelão para transporte dos produtos.



Óleos Liza, da Cargill

Este projeto teve como base melhorias nos processos produtivos, com destaque para a redução de peso na embalagem primária de PET e os benefícios oriundos da implantação de uma nova planta industrial mais eficiente. Os ganhos ambientais alcançados pelo projeto foram:

- *Redução de 26% no consumo de água;*
- *18% de redução no consumo de energia elétrica na produção das garrafas plásticas;*
- *35% de redução na quilometragem rodada por caminhões para o transporte de produtos até os centros de distribuição do Walmart Brasil, por meio da otimização das viagens;*
- *Redução de 56% no consumo de combustíveis fósseis por meio da troca de parte da matriz energética, de petróleo para biomassa de origem controlada;*
- *Uso de matéria-prima certificada pelo FSC – Conselho Brasileiro de Manejo Florestal e Cerflor - Programa Brasileiro de Certificação Florestal na produção das caixas de papelão dos produtos finais*
- *Redução de 10% na quantidade de matéria-prima plástica necessária para a produção das embalagens do produto;*
- *Redução total de 40% nas emissões de gases de efeito estufa.*



Pinho Sol, da Colgate-Palmolive

A linha Pinho Sol foi revista em relação aos impactos de sua produção dentro das unidades industriais da Colgate e fora de seus portões, com o melhor conhecimento dos processos que garantem as matérias-primas necessárias aos produtos. Os benefícios alcançados foram:

- *Redução de 17% no consumo de material plástico na embalagem do produto;*
- *Embalagens com material PET 100% reciclado, sendo 90% pós-consumo e 10% pré-consumo;*
- *Redução de 15% da gramatura da tampa, com a retirada do selo de vedação, facilitando também o processo de reciclagem;*
- *Utilização de 45% de papelão reciclado pós-consumo para a produção das caixas de transporte, resultando em uma economia de 416 toneladas de matéria-prima virgem por ano;*
- *Reúso de 3% de água no processo produtivo;*
- *Redução de 6% no consumo de energia para o processo produtivo;*
- *100% de utilização de papel certificado pelo FSC – Conselho Brasileiro de Manejo Florestal para a produção dos rótulos do produto;*



- *Utilização de essências de fornecedores certificados de acordo com a norma NBR ISO 14.001.*

Matte Leão Orgânico, da Coca-Cola

Este projeto teve como base o desenvolvimento de um produto orgânico certificado, bem como a implantação de uma fábrica verde, o uso de material reciclado e a redução na quantidade de tinta na impressão da embalagem. O projeto alcançou os seguintes resultados:



- *Uso de 100% de erva mate orgânica certificada pela Ecocert e pelo IBD – Instituto Biodinâmico, atestando a não utilização de fertilizantes químicos ou pesticidas no seu cultivo;*
- *Uso de material 100% reciclado na embalagem do produto, sendo 30% reciclado pós-consumo;*
- *Redução da emissão de CO2 no transporte da erva mate pelo uso de 10% de biodiesel;*
- *Redução de 90% na quantidade de tinta na impressão da embalagem do produto;*
- *93% de redução na emissão de compostos orgânicos voláteis (COV) com o uso de tinta de impressão de baixo COV;*
- *Comunicação na embalagem sobre o aproveitamento do resíduo do chá como adubo orgânico;*
- *Comunicação na embalagem sobre o ciclo de vida do produto, desde a sua produção até chegar ao consumidor final;*
- *Redução de 23% no consumo de energia no processo de produção;*
- *Redução de 36% no consumo de água no processo produtivo;*
- *Utilização de caixas de transporte feitas com matéria-prima certificada.*

Amaciante Comfort Concentrado, da Unilever

Este projeto de melhoria teve como foco as campanhas de educação ambiental para comunicação aos consumidores do conceito de produto concentrado e as melhorias ambientais decorrentes da concentração do produto, como a utilização de menor quantidade de recursos naturais e, conseqüentemente, a redução das emissões de gases de efeito estufa e da geração de resíduos. O projeto desenvolvido pela Unilever alcançou os seguintes resultados:



- *63% de redução no consumo de papel na caixa de papelão utilizada no transporte e distribuição do produto;*
- *37% de redução no consumo de plástico para a produção da embalagem;*
- *Redução no consumo de energia para produção e transporte do produto;*
- *Redução no uso de água na formulação do produto;*

- *37% de redução da quantidade de resíduo sólido no pós-consumo.*

Band-Aid, da Johnson&Johnson

Este projeto de melhoria teve como princípio o desenvolvimento de uma embalagem primária de menor volume para acondicionar a mesma quantidade de band-aids, com benefícios como redução na quantidade de material de embalagem, otimização do processo produtivo e do transporte dos produtos.



O projeto Sustentabilidade de Ponta a Ponta da Johnson&Johnson alcançou os seguintes resultados:

- *Redução de 18% no uso de matérias-primas para a embalagem;*
- *Utilização de 30% de matéria-prima reciclada pós-consumo na embalagem do produto, representando uma economia de mais de 32 milhões de embalagens que utilizariam matéria-prima virgem para sua produção;*
- *Utilização de 40% de matéria-prima reciclada pós-consumo na caixa de transporte do produto, representando um ganho equivalente a 1,8 milhão de caixas de papelão para transporte;*
- *Redução de 2.038 toneladas por ano de material em perdas no processo de produção;*
- *Redução de 1.192.000 kWh por ano de energia no processo de produção;*
- *Reciclagem de 50 toneladas por ano de resíduos de papel siliconado, que deixaram de ser encaminhados para aterros industriais*
- *Redução de 11.600 km em transporte de contêineres de produtos no Brasil e na América Latina devido à redução da embalagem;*
- *Redução do transporte de 3.228 paletes e de 72 contêineres por ano para o transporte de produtos para os Estados Unidos e Canadá devido à redução da embalagem;*
- *Redução das emissões de CO2 devido ao menor uso de energia no processo e transporte;*
- *Redução das emissões de CO2 devido à menor quantidade de resíduos de celulose no pós-consumo pela degradação nos aterros.*

Toddy Orgânico, da Pepsico

O desenvolvimento do Toddy Orgânico demandou um amplo estudo da cadeia de valor do produto, que resultou em benefícios que foram além dele próprio, gerando impactos positivos desde sua produção até o descarte final da embalagem. Os resultados alcançados pelo projeto foram:

- *Utilização de 100% de cacau e açúcar orgânicos certificados;*



- *Uso de material 100% reciclado para a produção de rótulos (75% a 80% pré-consumo e 25% a 30% pós-consumo);*
- *Uso de matéria-prima certificada pelo FSC – Conselho Brasileiro de Manejo Florestal para produção do rótulo do produto;*
- *Menor emissão de gases de efeito estufa;*
- *Eliminação do uso de queimadas para colheita da cana-de-açúcar utilizada na produção de Toddy Orgânico;*

Fraldas descartáveis Pampers Total Confort, da Procter e Gamble

Este projeto de melhoria teve como meta o desenvolvimento de uma fralda mais absorvente que utiliza menor quantidade de celulose, e também permite maior compactação das fraldas nos pacotes, com benefícios como redução na quantidade de material de embalagem e otimização do transporte do produto. O projeto da nova fralda descartável Pampers Total Confort alcançou os seguintes resultados:



- *Redução de 30% no uso de polpa de celulose;*
- *Redução de 7,5% no volume pela compactação da embalagem e do produto;*
- *Redução de 7% no peso total da fralda, resultando em menor geração de resíduos pós-consumo;*
- *Aumento de 25% na eficiência do transporte do produto pela compactação do produto;*
- *Redução de 9% no consumo de energia utilizada no processo de produção;*
- *10% de redução das emissões de CO2 devido ao menor uso de energia no processo e transporte.*

Água Pureza Vital, da Nestlé

A atuação da Nestlé Waters, com o apoio do Cetea – Centro de Tecnologia de Embalagens, teve como objetivo melhorias nos processos produtivos, focando na redução de massa das embalagens primárias e secundárias, com benefícios como diminuição na quantidade de material da embalagem e otimização no uso de água e energia nos processos produtivos. Foram alcançados os seguintes resultados durante o projeto:

- *Redução do consumo de material plástico utilizado nas garrafas de água sem gás, sendo 36% de redução na massa das tampas das garrafas, 25% de redução nas garrafas de 300 ml, e 3% nas garrafas de 510 ml e 1,5 litros;*
- *Redução do consumo de material plástico utilizado nas garrafas de água com gás, sendo 25% de redução na massa das tampas das garrafas, 25% de redução nas garrafas de 300 ml, 22% nas garrafas de 510 ml, e 19% nas de 1,5 litros;*



- Garrafas de Pureza Vital e Petrópolis sem pigmento, facilitando a reciclagem e agregando valor na cadeia do pós-consumo;
- Eliminação de pigmentos das tampas, facilitando a reciclagem e agregando valor na cadeia do pós-consumo;
- Eliminação da impressão das tampas das garrafas da linha São Lourenço, facilitando a reciclagem e agregando valor na cadeia do pós-consumo;
- Redução no consumo de água, de 26% em São Lourenço e 51% em Petrópolis;
- Redução no consumo de energia de 9% em São Lourenço;
- Redução em 18% do consumo de material plástico shrink na embalagem;
- Redução de 25% na massa de papelão utilizada na paletização;
- Redução no filme plástico (stretch filme) que envolve os paletes em 31%;
- Rótulo mais fácil de ser removido no pós-consumo;
- Uso do braille nas garrafas para que possam ser identificadas por consumidores com deficiência visual;
- Capacitação de 70 educadores da rede escolar, que multiplicaram conceitos de educação ambiental.

Sabão Bom Preço, marca própria do Walmart Brasil

Este projeto teve como base o desenvolvimento de um produto novo focando na reutilização de resíduos de óleo de cozinha coletados por clientes, funcionários e parceiros para a produção de um sabão mais sustentável. Neste contexto, os principais resultados ambientais do projeto foram:



- Conscientização e engajamento de clientes, funcionários e parceiros para a separação e destinação correta de resíduos de óleo de cozinha;
- Criação de um processo de logística reversa para os resíduos de óleo de cozinha coletados nas lojas participantes;
- Oferecimento de um produto mais sustentável e com preço menor para o consumidor.