



Consumo elevado leva indústrias de bebida a investir mais em programas de economia

# Redução de uso reforça ações com

Retorno financeiro com projetos voltados ao menor consumo de água nas fábricas é baixo, mas empresas se

**Fábio Suzuki**  
fsuzuki@brasileconomico.com.br

As ações voltadas para diminuir o nível de água utilizada nas fábricas vêm ganhando espaço dentro das empresas e hoje são utilizadas como mais uma ferramenta para reforçar a imagem junto aos consumidores. Nos últimos anos, as principais companhias de bebidas e alimentos adotaram projetos que, além dos benefícios ambientais, passaram a ser grandes aliados na estratégia de comunicação da companhia. Devido à crescente preocupação ambiental em toda a sociedade, a divulgação das iniciativas em prol da natureza podem ser vistas na mídia tradicional e até mesmo nas embalagens que chegam às mãos dos consumidores.

“Diferentemente da redução do uso de energia elétrica, o retorno com a menor utilização de água nas fábricas é mais

**Companhias consideram programas ambientais como parte da estratégia de comunicação com mercado consumidor**

conceitual. O retorno financeiro é zero”, diz João Rodrigues, gerente de sustentabilidade e meio ambiente da Heineken Brasil, cuja meta é atingir 3,7 litros de água por litro de bebida produzido até 2020. Atualmente, o nível médio utilizado nas unidades da companhia é de 4,8 litros de água para cada litro de cerveja produzido.

## Campanhas

A PepsiCo coloca a sustentabilidade entre os três pilares de sua estratégia denominada Performance com Propósito, e aproveita as iniciativas para realizar ações de cunho social. Além de reduzir em 25% o consumo de água em suas unidades de bebidas e alimentos até 2015, a companhia aproveita para beneficiar as comunidades instaladas nas proximidades de suas fábricas. Em toda a América Latina, a PepsiCo vai investir US\$ 5 milhões

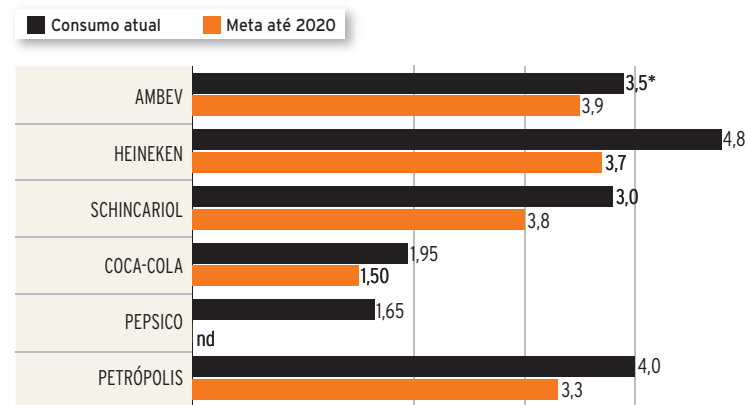
para levar água potável a mais de 500 mil pessoas que moram próximas de suas unidades.

“O retorno não é financeiro e sim de uma maior consciência

de nossos funcionários e das populações que estão próximas de nossas fábricas”, diz Jorge Tarasuk, vice-presidente de operações para a América do Sul

## CONSUMO RESPONSÁVEL

Nível médio atual de água utilizada para a produção de um litro de bebida pelas empresas e suas respectivas metas, em litros



Fonte: Empresas \*meta até 2012



## CASO A CASO

### Fábricas de bebidas e alimentos demandam projetos específicos

Pelo grande volume de água utilizado em suas unidades, as fábricas do segmento alimentício necessitam de iniciativas diferentes de economia, em comparação com empresas de outras áreas. A avaliação é do engenheiro Diogo de Almeida, sócio-diretor da consultoria Sharewater. “É um setor que precisa de projetos de tratamento específicos e no qual a demanda está aumentando”, diz Almeida, acrescentando que a consultoria passará a prospectar clientes dentro do segmento. Fundada há cinco anos, a Sharewater trabalha apenas com clientes corporativos e atingiu um crescimento de 70% no número de projetos no ano passado em relação a 2009. Atendendo de pequenas a grandes empresas, ela oferece serviços que custam de R\$ 5 mil a R\$ 500 mil dependendo do projeto. Entre os clientes estão a siderúrgica CSN e a incorporadora e construtora de Cyrela. “É um mercado ainda pequeno, mas com um grande potencial. Hoje, grande parte das empresas tem em vista projetos que visam reduzir a utilização de água em suas unidades”, diz Almeida. **F.S.**



## RICARDO ROLIM

Diretor de relações sócio-ambientais da Ambev

## Recurso limitado está na pauta

É muito gratificante verificar que os debates em torno da preservação do meio ambiente têm ganhado não só destaque no noticiário, mas também gerado ações concretas dos mais diversos setores da sociedade. Isso é bom sinal porque revela que o mundo percebeu que a preservação do planeta é tarefa urgente.

O aquecimento global está entre os assuntos mais abordados. Por ser frequentemente associado a desastres naturais de dimensões tão graves como temos assistido ultimamente, é natural que ganhe prioridade. A redução da emissão de CO<sub>2</sub>, sem dúvida é um dos grandes temas, mas não pode ser o único.

Quando se trata da agenda ambiental há muitos aspectos que também merecem igual preocupação, como a preservação da água. Por ser tão vital, porém limitado, o cuidado com este recurso deve estar na pauta de todos os atores sociais.

Hoje, celebramos o Dia Mundial da Água. Somente a instituição da data já é reflexo da preocupação cada vez maior com o tema, mas ainda falta muito a ser feito.

A Ambev sempre teve a preservação da água como uma de suas prioridades. Para a Ambev um projeto ambiental sustentável precisa estar relacionado ao foco do negócio. Somente assim, a atuação será perene. Por representar 95% da composição da cerveja, é natural que a água seja eleita pela Ambev como elemento-chave.

Internamente, a Ambev conta há 19 anos com o Sistema de Gestão Ambiental, que monitora as metas de ecoeficiência da companhia. Todas as suas fábricas contam com um gerente de meio ambiente responsável por mitigar o impacto da atuação no meio ambiente. Somos empresa referência mundial em utilização de água por litro de bebida produzida. Conseguimos, entre 2002 e 2010, reduzir de 5,36 litros para 3,9 litros a quantidade de água necessária para a produção de um litro de cerveja – uma redução de 27%. Só no ano passado, o volume economizado seria suficiente para abastecer por um mês uma cidade de 450 mil habitantes, como Uberlândia (MG).

Não paramos por aí. Em 2010, estabelecemos uma meta ainda mais ousada: até 2012, vamos reduzir o consumo para 3,5 litros de água para cada litro de cerveja. Mas sabemos que para os resultados terem o alcance necessário, as ações de uma empresa não bastam. É preciso que haja engajamento de toda a sociedade.

É por isso que decidimos expandir essa preocupação para fora dos nossos muros. Há exatamente um ano, lançamos o Movimento Cyan, uma série de iniciativas para estimular o consumo racional da água e sua preservação. Com esse trabalho conseguimos dar maior visibilidade ao tema e realizar diversas ações concretas.

Continuaremos focados em consumir este recurso de forma cada vez mais racional em nossas fábricas. Mas fazemos também um chamado à sociedade para nos acompanhar nessa missão. O uso racional da água, em suas diversas dimensões, é objeto de estudo do nosso site [www.movimentocyan.com.br](http://www.movimentocyan.com.br). Não custa dar um clique e acompanhar mais iniciativas desse movimento. ■

# os clientes

sentem estimuladas por questões de imagem

da Divisão de Alimentos da PepsiCo. Segundo ele, a companhia tem instalado redes de tratamento de água nas unidades que recuperam até 70% da água utilizada na produção de seus itens. Em uma delas, instalada em Bogotá, na Colômbia, foi investido US\$ 3,5 milhões.

#### Fontes alternativas

A Coca-Cola, por sua vez, afirma que, desde de 2004, reforçou as iniciativas para reduzir a utilização de água. Naquela época, o gasto médio para cada litro de bebida produzida era de 2,34 litros de água, nível que atingiu 1,95 litro no ano passado. “Já temos fábricas que utilizam 1,35 litro. E, se uma unidade chega a esse nível, as outras também podem chegar”, afirma José Mauro de Moraes, diretor de meio ambiente da Coca-Cola Brasil. Segundo ele, a meta é no país é chegar ao nível de 1,5 litro até 2020.

Um dos projetos implantados pela empresa é o uso de fontes alternativas, como a da unidade situada em Maringá, no Paraná, onde há o tratamento da água recolhida diretamente da chuva para a sua utilização na fabricação de bebidas. “Não é um processo complicado e os resultados são muito bons”, diz Moraes.

Na fábrica de Jundiaí, em São Paulo, que é considerada a de maior capacidade de produção da companhia em todo o mundo, os investimentos em sistemas para melhorar o consumo da água superaram a casa de R\$ 1 milhão. “Essa verba deve aumentar por conta dos níveis que queremos atingir”, diz o executivo. A Coca-Cola participa também da Fundação Amazônia Sustentável, entidade público-privada, que estimula a conservação das florestas e a melhoria da qualidade de vida das populações que nela vivem. ■

## Anúncio