

Saiba como a PepsiCo conecta marca, negócio e sustentabilidade em suas atitudes
Publicado: 08-02-2011

Por Leticia Born

A rota para alcançar o zero. Esta é a tradução literal do ambicioso programa de sustentabilidade da unidade do Reino Unido e Irlanda da PepsiCo – segunda maior empresa de alimentos e bebidas do mundo. Lançado em 2008, o Path to Zero pretende, dentre outras metas, eliminar o uso de combustíveis fósseis em toda a sua cadeia produtiva até 2023.

Desde o início do plano, algumas reduções foram alcançadas: 14,6% no consumo de água; 0,5% na emissão de gases estufa; 71% em resíduos e 4,1% em energia. No segundo relatório de sustentabilidade da unidade, divulgado em janeiro, algumas metas deste programa foram revistas para que a trajetória rumo à "isenção ambiental" seja trilhada de forma concreta. "Essa abordagem não é simplesmente altruísta. Construir a sustentabilidade e a saúde em nosso DNA corporativo desenvolve uma estratégia de longo prazo. Negócios sustentáveis podem cortar custos, incentivar a inovação, reduzir riscos e motivar colaboradores. E também pode ajudar nossos consumidores de varejo a aumentar sua lealdade de consumo", afirmou Richard Evans, presidente da unidade PepsiCo do Reino Unido e Irlanda, durante lançamento do documento.

Divulgação/Pepsico

Relatório divulgado em janeiro amplifica metas do Path to Zero

A subsidiária em questão emprega mais de 5 mil funcionários e conta com 18 fábricas na região. Por conta desta grande presença, os planos ambientais são agressivos. A segunda fase do Path to Zero atuará em quatro áreas: mudanças climáticas, agricultura, uso da água e impacto do produto. Para a grande redução do uso dos combustíveis fósseis, principal meta da empresa, será preciso incrementar em 14% o uso de fontes renováveis de energia em um prazo de três anos. Hoje, a unidade tem 20% de sua energia oriunda de fontes renováveis. Esse aspecto é importante para a visão global da companhia, já que, nos Estados Unidos, a PepsiCo anunciou investimento de mais de US\$ 30 milhões até 2013 para o desenvolvimento de projetos de energias renováveis, como a eólica e a biomassa.

A maior fábrica de batatas chips da PepsiCo global fica em Leicester, no Reino Unido, assim como uma grande indústria de aveia Quaker, na Escócia. Portanto, a questão do cultivo das matérias primas é peça importante na equação do plano ambiental. Para a produção de seus três principais produtos – batatas chips da marca Walker, aveia Quaker e suco de maçã Copella – a Pepsico cultiva

um bom relacionamento com cerca de 350 fazendeiros. Em 2009, foram produzidas 370 mil toneladas de batatas inglesas, 76 mil toneladas de aveia e 29 mil toneladas de maçãs. Para atingir a meta 50 em 5, estabelecida como a redução da emissão dos gases estufa e do uso da água em 50% até 2015, será necessária a parceria com estes colaboradores para a capacitação de práticas agrícolas sustentáveis. A PepsiCo firmou acordo com a União Nacional dos Fazendeiros do Reino Unido, para o alcance das metas estabelecidas. Além disso, atuará em conjunto com o Serviço de Conselho em Desenvolvimento Agrícola, para investigar as melhores práticas acerca da sustentabilidade agrícola; com o Inglaterra Natural, para o aumento da preservação da biodiversidade onde as fábricas estão localizadas; com a Universidade de Aberdeen, para a criação do Cool Farm Tool, ferramenta que medirá a emissão dos gases estufa nas atividades agrícolas cotidianas; e com o Carbon Disclosure Project, para o compartilhamento dos índices de emissões e as melhores práticas com outras indústrias, dentre outras ações.

No que se refere ao uso da água, a intenção da unidade é zerar o consumo no processo produtivo. Isso seria possível com a utilização em larga escala de uma tecnologia capaz de remover água das batatas usadas na produção das chips. O VP de Operações, Walter Todd, explica: "cerca de 80% da composição da batata é água. Antes, essa água era perdida durante o processo de cozimento, mas agora estamos desenvolvendo um processo para capturar essa água e utilizá-la para lavar as batatas antes de serem cozidas".

Com relação ao produto final, a empresa assumiu o compromisso para que todas as embalagens sejam recicláveis ou compostáveis até 2018. Hoje, a embalagem de somente uma categoria de produto, a Sun Chips, é 100% compostável.

Abordagem global da PepsiCo

O conceito de atuação da PepsiCo está baseado na "performance com propósito", o que significa "entregar crescimento sustentável ao investir em um futuro saudável para a população e o planeta." Para realizar isso, suas ações estão baseadas em um negócio comprometido com quatro questões fundamentais: água; terra e embalagens; mudanças climáticas; e relacionamento com as comunidades. O caminho para o zero apoia todas essas ambições, mas considera circunstâncias específicas de negócio no Reino Unido e Irlanda.

Conceitos globais da PepsiCo para a sustentabilidade

Com relação à água, a meta global da PepsiCo é aumentar a eficiência do uso do insumo em 20% por cada unidade de produção até 2015, além de oferecer água potável para 3 milhões de pessoas em países emergentes até o mesmo período. Para a terra e embalagens, a intenção é incorporar no mínimo 10% de PET reciclado às

embalagens das bebidas produzidas; criar parcerias que promovam o aumento da reciclagem de embalagens em 50% até 2018; e reduzir o peso do lixo oriundo das embalagens em 350 milhões de toneladas até o fim de 2012. Na questão das mudanças climáticas, a proposta é aumentar a eficiência energética da produção em 20% por unidade até 2015 e reduzir a emissão dos gases estufa em 25% até 2015, de toda a rede.

No relacionamento com as comunidades, a aplicação de práticas sustentáveis nas fazendas parceiras, além do oferecimento de suporte técnico e educação ambiental para treinamento dos fazendeiros, são as principais ações.

Sustentabilidade é atitude
norteadora

A PepsiCo é reconhecida por colocar a sustentabilidade como sua principal bandeira. O projeto Pepsi Refresh, em que US\$ 20 milhões foram investidos em projetos socioambientais que contaram com a colaboração de outros públicos, é um dos exemplos. A edição 2011 deve ser lançada em abril.

Outro caso é o Eco-Challenge, desenvolvido pelo segundo ano pela unidade brasileira da PepsiCo, em parceria com a Young Americas Business Trust (YABT), ONG que atua em colaboração com a Organização dos Estados Americanos (OEA). Trata-se de um concurso que pretende estimular a consciência sobre a preservação do meio ambiente. Os participantes podem criar um projeto social ou empresarial baseado nos desafios da conservação da água e o vencedor ganhará R\$ 5 mil, além de ter sua ação concretizada.