Vamos re·pensar nossas escolhas?

Guia de Compras **SUSTENTÁVEIS**

PARA UMA ECONOMIA CIRCULAR

Nestlé 100 anos NO BRASIL

3 TRICICLOS

Sumário

03. **Introdução**
Ao guia de compras sustentáveis

04. **Uma breve história do lixo**
Da sustentabilidade à economia circular

08. **O processo de compras**
Um passo a passo para repensar

13. **Dicas**
Para transformar já!

Introdução
ao Guia de Compras Sustentáveis

INTENÇÃO

Escolher realizar compras mais sustentáveis tem papel estratégico na criação de valor e de transformação nas empresas. Por isso, tornar o mundo sustentável começa no processo de fazer perguntas melhores na formulação das demandas. Formular e realizar nossas demandas é exatamente o objetivo do processo de compras.

Por esse motivo, as aquisições devem estar alinhadas às estratégias da empresa, fornecendo soluções para questões vitais e complexas, incentivando escolhas mais sustentáveis que contribuam para a transição para uma economia circular. **Com essa visão, o Guia foi construído pela consultoria em economia circular TriCiclos Brasil, em colaboração com a Nestlé,** direcionado à capacitação de todos que possuam interface com o processo de compras na empresa.

VAMOS re·pensar nossas embalagens?

Uma breve história do lixo

(da sustentabilidade à economia circular)

A INVENÇÃO DO LIXO

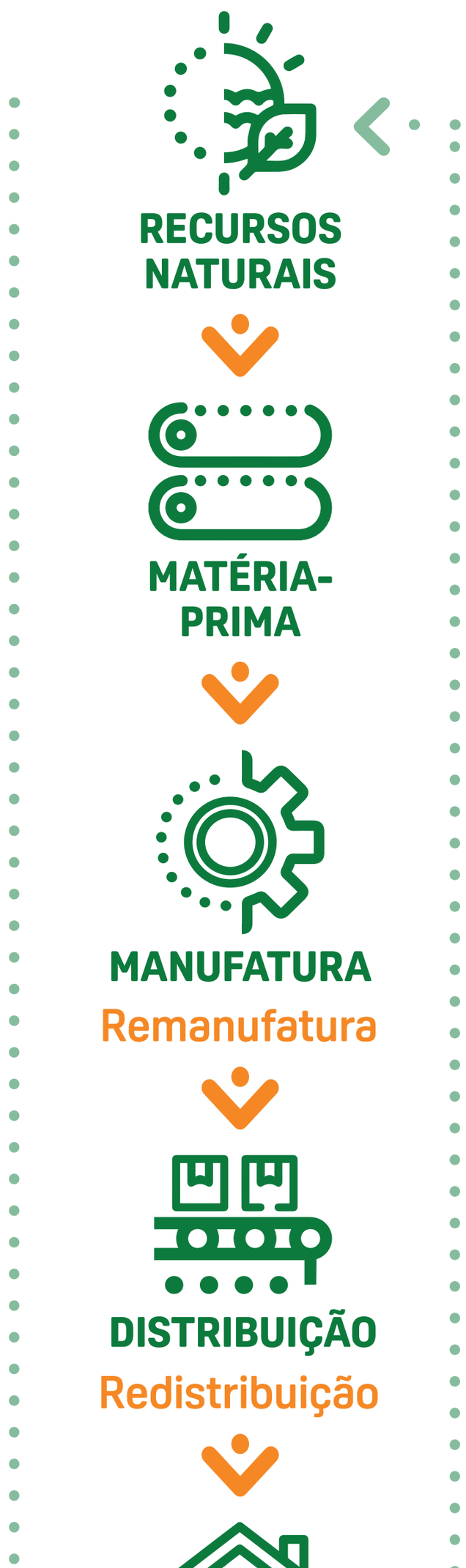
Nosso modelo de produção atual é linear, ou seja, recursos são extraídos, consumidos e acabarão, mais cedo ou mais tarde, descartados como lixo. **O lixo é uma invenção humana, um conceito que não existe dentro da lógica da natureza.** O que estamos acostumados a chamar de lixo, na verdade, são recursos valiosos e cada vez mais escassos.

Ainda que o conceito de desenvolvimento sustentável, de "suprir as necessidades da geração atual, sem afetar a habilidade das gerações futuras de suprirem as próprias necessidades", entre tantas outras visões do tema, tenha surgido como uma inovação importante no cenário industrial mundial, **a ideia de apenas reduzir impactos não foi capaz de resolver o problema da poluição e do desperdício,** já que deixa lacunas na resolução de questões ambientais e sociais, cada vez mais urgentes.

O fim do lixo?

a boa notícia é:

se o ser humano inventou o lixo, também é capaz de reinventar, criar sistemas diferentes que resolvam os problemas ambientais e sociais. É justamente com essa proposta que surge a visão da Economia Circular, um novo paradigma sustentável de abundância e impactos positivos, que elimina o conceito de lixo desde o início, uma vez que os materiais são pensados para serem restaurados aos ciclos e regenerarem os sistemas vivos, como o solo, por exemplo. Assim, **o grande objetivo da Economia Circular é a prosperidade econômica e social, porém sem, necessariamente, a dependência de extração de novos recursos, com foco em novos modelos e na utilização de estratégias inovadoras.**



Se não é lixo, é o quê?

O que costumamos chamar de lixo é o resíduo ou subproduto, que **pode ser usado como matéria-prima de um novo produto ou processo.** Dentro da lógica da Economia Circular, os resíduos são vistos como nutrientes e fazem parte de um dos dois ciclos: biológico ou técnico.

Uma nova forma de pensar

Perguntas para exercitar o pensamento circular

O QUE ACONTECE ANTES DO MATERIAL/ PRODUTO CHEGAR ATÉ MIM?

A circularidade começa na “história” do produto, a forma como foi projetado, materiais escolhidos, o local e o modo com que eles foram extraídos ou cultivados e até se a mão de obra é remunerada devidamente ao longo da cadeia. Os processos industriais também devem ser considerados: onde acontecem, quais químicos são utilizados, se a energia vem de fonte limpa e renovável, como é feita a gestão do ciclo da água, assim como a dos resíduos. Por fim, deve-se considerar a logística, todo o impacto dos transportes necessários até que o produto finalmente chegue até você.

O QUE ACONTECE DEPOIS, QUANDO O MATERIAL/PRODUTO NÃO FOR MAIS ÚTIL PARA MIM?

Assim como é importante entender o contexto anterior em que o produto é idealizado e produzido, é preciso também refletir em relação ao depois: quando o produto não for mais útil a mim, ele vai para o lixo? Ou consigo doar, reutilizar, remanufaturar, desmontar para recuperar os materiais, compostar, reciclar? O fornecedor prevê a logística reversa do produto?

O processo de compras:

um passo a passo para repensar

Poder de transformação

As compras são uma ferramenta importante na transição para uma economia circular. Neste Guia, buscamos desafiar o papel tradicional do requisitante e do comprador, assim como do método de aquisição. Formular e realizar compras é exercer um papel estratégico na criação de valor e de transformação nas corporações. **Ao fazer as perguntas certas, você pode colocar o mercado em movimento e estimular o desenvolvimento de produtos mais sustentáveis.**

A aquisição sustentável circular propõe uma mudança de paradigma: vai além da eficiência, do fazer mais com menos, propõe fazer da melhor forma possível, gerar impacto positivo. Para isso é preciso considerar desde o design, uso e reutilização, até o suporte e estratégias que incorporam o desenvolvimento sustentável desde o início até o fim da vida útil (e já pensando em seu próximo início).

Passo a passo

para formular uma demanda mais sustentável:

1 REFLITA SOBRE A DEMANDA

Para ajudar a clarear este processo, faça um checklist: identifique as necessidades que busca suprir, qual a finalidade da aquisição e por quanto tempo será necessário suprir essa demanda.

Dicas:

Busque entender o que a corporação já possui, do que realmente precisa, e tenha em mente que decidir não comprar é a decisão mais sustentável de todas. Com essa visão, pode ser interessante reverter a questão: você pode evitar a compra? Na teoria da circularidade, a primeira estratégia é sempre "evitar, reconsiderar ou recusar".

Exemplo: surge a demanda de comprar cadeiras para os colaboradores que estão em home office. Analisando melhor, a necessidade neste caso é: proporcionar um lugar para os colaboradores se sentarem enquanto trabalham em casa. Uma alternativa seria checar se existem cadeiras disponíveis sem uso na empresa que podem ser fornecidas em vez de propor a compra de novas.

checklist de perguntas

QUESTIONE A DEMANDA

- Qual a necessidade que origina a demanda?
- O que preciso para suprir essa necessidade?
- Quanto tempo irá durar a necessidade que a demanda busca suprir?
- Como posso evitar a compra?

EXPLORE POSSIBILIDADES

- Já existe algo na corporação que possa suprir essa necessidade?
- É possível alugar em vez de adquirir?
- Consigo desmaterializar, suprir a demanda de forma virtual?
- É possível o compartilhamento interno do produto/material?

2 REFORMULE O ESCOPO A PARTIR DA LÓGICA CIRCULAR

A partir da compreensão da real necessidade e do aspecto funcional da demanda, o objetivo é reduzir a quantidade de materiais, garantir que o ciclo de vida funcional dos produtos e componentes possa ser maximizado, priorizando o fechamento de ciclos sempre que possível. Dê preferência a bens produzidos, enviados e recuperados usando fontes e materiais de energia renováveis. É importante refletir durante todo o processo, pois não existe uma resposta pronta e ela dependerá do contexto envolvido.

Dicas:

Será que a demanda pode ser suprida com um serviço em vez de um produto? É mesmo necessário que o usuário seja proprietário deste produto ou podemos pensar em aluguel/leasing?

Exemplo: em tempos de home office, muitas empresas têm disponibilizado aos seus colaboradores cadeiras de escritório que são alugadas, em vez de compradas. Não se esqueça da importância do uso e manutenção: os produtos só são circulares se forem usados de forma circular, você deve levar em consideração a fase de uso do produto ao pensar no escopo da aquisição. Além do uso adequado, uma boa manutenção também pode ajudar a reter o valor do produto. Em caso de concorrência aberta: formule suas especificações e requisitos de uma forma que ofereça liberdade suficiente para os fornecedores criarem soluções inovadoras.

check-list de perguntas

QUESTIONE OS PRODUTOS

- O produto foi feito para durar?
- É de fácil reparação e manutenção?
- É possível reutilizar, reformar ou atualizar o produto?
- O design é modular ou orientado para facilitar mudanças?
- O design do produto se preocupa com o uso mínimo de materiais e menor produção de resíduos?
- A toxicidade foi reduzida ou eliminada desse produto?
- Quais são os materiais usados?
- O produto é pensado para reuso, reciclagem ou compostagem?
- Os materiais usados são de base biológica (renováveis) ou são de base tecnológica (recicláveis)?
- Quantos % dos materiais usados são virgens e quantos % são reciclados?
- O uso de material virgem pode ser evitado ou os materiais são de base biológica (renováveis)?

3

REPENSE OS CUSTOS

As implicações financeiras e como elas afetam a viabilidade da aquisição circular são fatores que não podem ser desconsiderados pelo requisitante. Porém, sabemos que preço é diferente de valor. Por isso precisamos mudar a lógica do preço pelo preço e, dessa forma, as decisões de compra devem considerar outros critérios de forma conjunta, principalmente o valor gerado e agregado. Será que realmente podem ser considerados "mais baratos" os produtos que desconsideram aspectos sustentáveis e são danosos, a curto e longo prazo, para pessoas e para o planeta? Quanto será que realmente custa esse tipo de produto?

Dicas:

Neste Guia são apresentadas outras lógicas para sustentar suas escolhas, apoie-se nelas, esteja alinhado com o comprador durante todo o processo e considere a economia de custos de longo prazo e os benefícios gerados pelas escolhas mais sustentáveis, em relação ao meio ambiente, à sociedade e à própria reputação da companhia. A ideia é ir da lógica do "menor preço" para o "melhor preço".

checklist

de perguntas

MUDE A LÓGICA DO PREÇO

- Quais são as implicações financeiras de uma aquisição mais sustentável?
- Qual custo a longo prazo uma escolha mais barata pode gerar?
- Qual o valor que a escolha sustentável entrega?
- Quais argumentos posso usar pra justificar a aquisição sustentável?

4 RESSIGNIFIQUE RELAÇÕES

As compras corporativas só serão verdadeiramente sustentáveis se seus fornecedores também forem. Por isso, é importante que as empresas atuem no desenvolvimento da cadeia de valor por meio de seus fornecedores, incentivando o mapeamento dos impactos gerados por suas atividades, já que, por extensão, estes se tornam indiretamente impactos da sua própria empresa. Com o panorama de mensuração, é possível priorizar melhor as mudanças e desenvolver critérios claros para escolha de fornecedores.

Dicas:

Busque entender o modelo de negócio do fornecedor, se ele fornece algum tipo de assistência durante seu ciclo de vida funcional ou até mesmo depois disso.

check-list de perguntas

QUESTIONE FORNECEDORES

- A produção é feita com energia renovável?
- Quais os impactos ambientais causados por esse fornecedor?
- A garantia do produto é estendida?
- Existem disposições contratuais para manutenção e reparo?
- É de fácil reparação e manutenção?
- Existem incentivos contratuais para extensão da vida útil?
- O fornecedor fornece orientações para otimização de uso e reparo?
- O fornecedor prevê devolução e reutilização?
- Existem disposições contratuais para devolução e reciclagem?

Dicas para transformar já!

Incorpore critérios sustentáveis ao planejamento de ações

O discurso e a prática da companhia devem estar alinhados sempre, portanto os critérios de sustentabilidade devem ser incorporados desde o planejamento, seja de campanhas publicitárias, materiais de ponto de venda, brindes, eventos ou quaisquer outras ações.

Dicas:

- Pense no todo: de onde os materiais vêm, como serão transportados e pra onde vão depois da realização da ação.
- Entenda os possíveis impactos da ação e explore alternativas para potencializar os aspectos positivos e reduzir os negativos.
- Use menos insumos, elimine o que não for necessário.
- Busque usar materiais que não sejam tóxicos.
- Pense em como possibilitar o fechamento dos ciclos desde o planejamento, sempre que possível.

ATUAÇÃO DO marketing

Dicas:

- O endomarketing (marketing corporativo voltado para ações internas na empresa) pode ser usado para conscientização de colaboradores das diferentes unidades e deve ser reflexo do pensamento vigente de sustentabilidade da companhia, bem como ser usado para reforçá-lo.
- A atenção deve ser redobrada, já que toda ação tem o potencial de refletir o posicionamento em relação ao meio ambiente e à sociedade.

MATERIAIS

im-pressos

As práticas de impressão de documentos e o modo como o papel é utilizado na empresa devem ser repensados, incorporando critérios sustentáveis para sua utilização.

Dicas:

- Reduza o uso de papel para fins de comunicação interna, sempre que possível.
- Entenda a quantidade de impressões realmente necessárias, para que não sejam feitas cópias a mais sem necessidade.
- Questione a origem do papel e se a matéria-prima é certificada.
- Privilegie o uso de papel reciclado.
- Procure entender como as escolhas da linguagem visual empregada impactam no gasto de tinta na impressão.
- Explore possibilidades de utilizar meios virtuais, investindo em canais digitais, entre outros meios de passar a mensagem desejada em alternativa as peças físicas impressas.

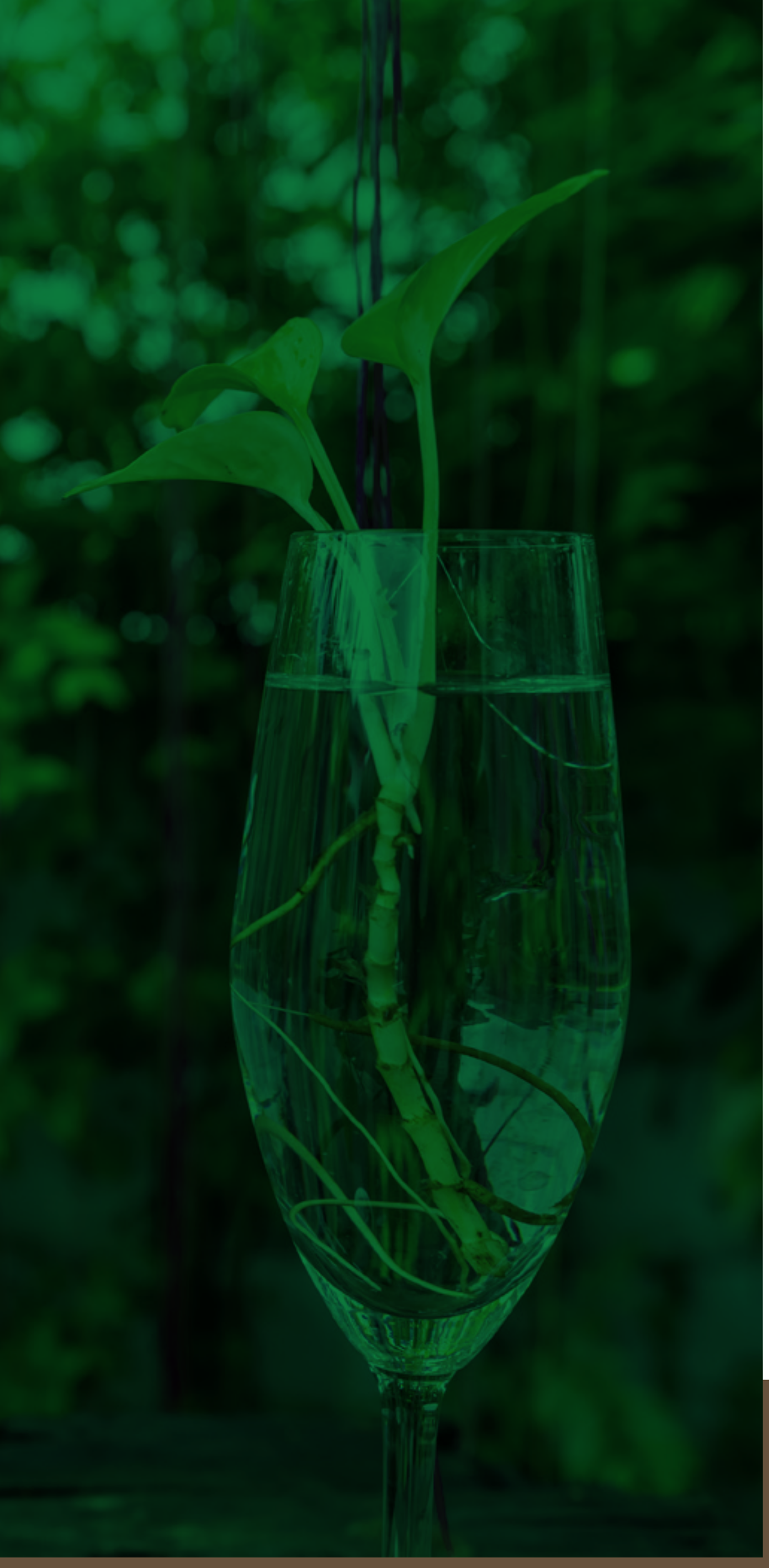
MATERIAIS DE

ponto de venda

Os materiais de ponto de venda também são uma grande oportunidade para alinhar o discurso à prática sustentável e se comunicar com o consumidor final.

Dicas:

- Para entender qual o melhor material a ser utilizado, determine por quanto tempo ele será necessário no ponto de venda.
- Caso o material seja necessário por pouco tempo, prefira alternativas feitas de materiais biológicos, que são compostáveis (são como os produtos biodegradáveis, mas muito melhores para a natureza, pois se degradam em velocidade muito maior).
- Reduza o uso de plásticos, prefira resina reciclada e evite o uso de BOPP e isopor.
- Se o material for necessário por maior tempo, explore alternativas que permitam aproveitar sua estrutura como ativo durável da empresa.
- Caso o reuso não seja possível, o material deve ser ao menos totalmente reciclável ou compostável.



Even-tos

PRÓPRIOS E PATROCINADOS

A companhia deve aproveitar ações de grande repercussão para trazer a importância da sustentabilidade como premissa e reforçar seu posicionamento.

Dicas:

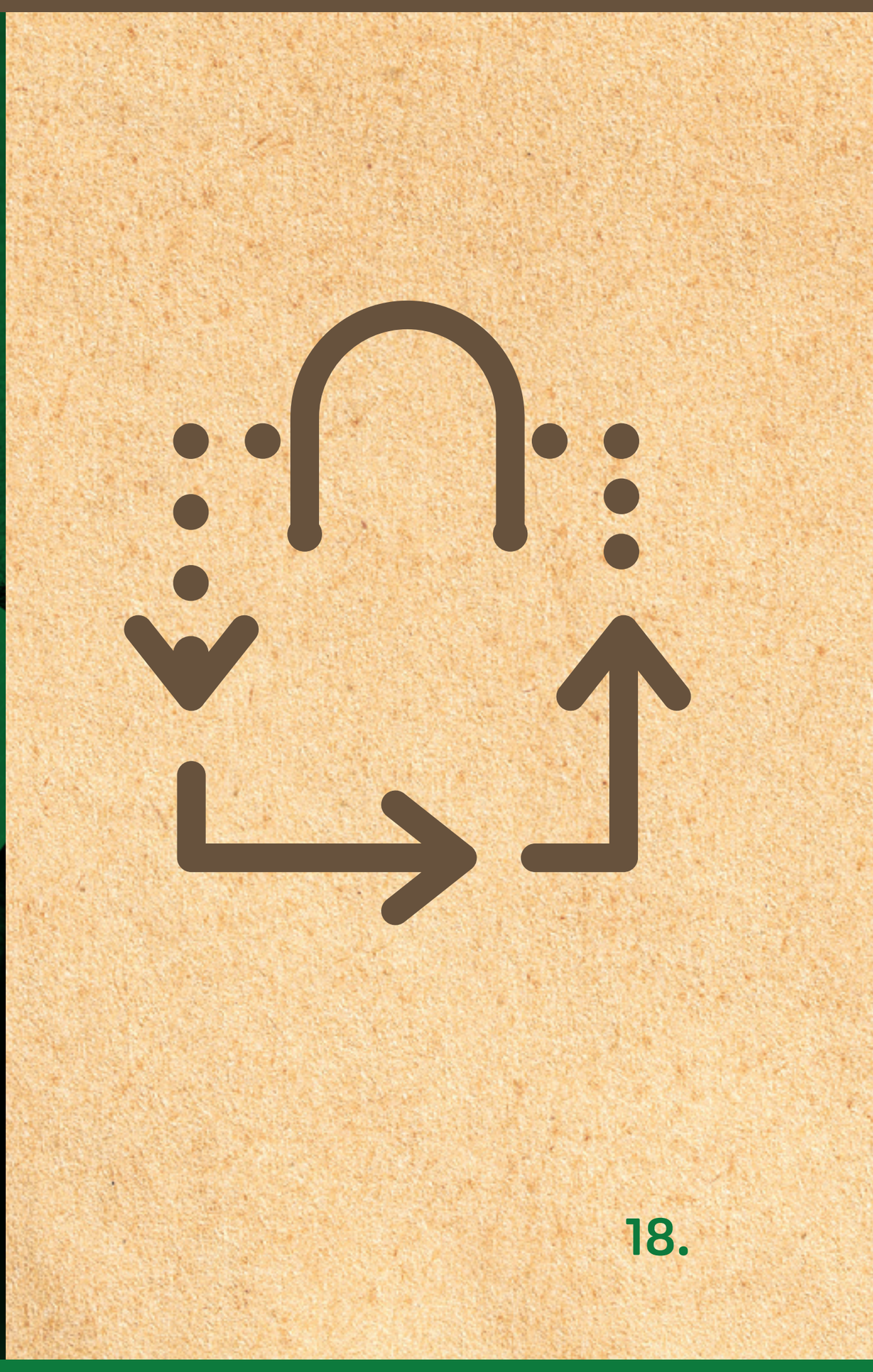
- Para eventos patrocinados, estipule regras a serem adotadas para que estejam aptos a receber investimento e vinculação da marca.
- Se o evento é próprio, orientações sustentáveis devem ser definidas e usadas para a escolha de fornecedores.
- Considere e avalie questões como: a emissão de gases do efeito estufa, transporte, para onde vão os resíduos do evento (reciclagem/compostagem) uso de água e energia, segurança e condições de trabalho das equipes envolvidas.
- Pense a respeito da infraestrutura e mobiliário que será utilizado no seu evento e avalie quantas outras vezes ele poderá ser utilizado ou se pode ser alugado, por exemplo.

Brindes

Pode ser a oportunidade perfeita para educar o público e comunicar a marca de forma inovadora, reforçando seus compromissos e valores, inclusive o de sustentabilidade.

Dicas:

- Avalie os fornecedores de acordo com seu impacto e práticas sustentáveis.
- Prefira investir em produtos que sejam realmente úteis para o público, significativos, feitos para durar e não serem facilmente descartados.
- Evite embalagens desnecessárias e mistura de materiais na sua composição, dê preferência a materiais reutilizáveis, recicláveis ou compostáveis.
- Não se esqueça de inserir instruções sobre a destinação correta do material.
- Se o brinde for enviado, busque alternativas de transporte limpo como bikes ou veículos elétricos.



VALORIZAR E divulgar

Fazer é bom, informar é essencial. Contar o que está sendo feito e os resultados positivos motiva a incorporação das práticas por outros unidades e outras organizações, estimulando uma onda de conscientização da importância da sustentabilidade e da economia circular.

Dicas:

- Adote canais de divulgação, orientação e trocas sobre práticas sustentáveis dentro e fora da companhia.

VAMOS re·pensar nossas atitudes?

Nestlé®

100 anos NO BRASIL

3 TRICICLOS