AGUIA BRANCA

PRÊMIO

ABRATI

2012

Identificação da Empresa: Viação Águia Branca S/A

Identificação da Experiência: Preservar é Reduzir, Reutilizar e Reciclar

Data ou Período de Aplicação da Experiência: 2011 e 2012

Categoria da Experiência: Responsabilidade sócio-ambiental

Sumário da Experiência: Toda e qualquer atividade empresarial de alguma forma causa impacto no meio ambiente !
O desafio é minimizar/mitigar esse impacto e/ou criar meios alternativos de compensação através de uma cultura de preservação.
Com este intuito é que a Viação Águia Branca implantou um Programa de redução, reutilização e reciclagem de seus resíduos e recursos naturais, buscando sempre envolver e conscientizar os funcionários e terceiros sobre a importância das práticas ambientais.

1. CONTEXTO/CENÁRIO DA EXPERIÊNCIA

O estudo realizado pela ABRELP (Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais) baseados nos dados do Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil, indica que o país produziu quase 61 milhões de toneladas de resíduos sólidos em 2010, o que significa uma média de 378 kg de lixo por ano para cada brasileiro. Este volume é 6,8% superior ao registrado em 2009 e seis vezes superior ao índice de crescimento populacional urbano apurado no mesmo período.

O Brasil é um dos países onde estão as maiores reservas de água potável do mundo. Mas, ao mesmo tempo, o país consta também na lista daqueles onde se registram os mais altos índices de desperdício. De acordo com a ONU, a falta de água atinge cerca de 2 bilhões de pessoas no mundo. A entidade adverte que se não forem adotadas medidas para conter o consumo, dentro de 25 anos cerca de 4 bilhões de pessoas não terão água suficiente nem mesmo para as necessidades básicas. Se considerarmos um gasto de aproximadamente 250 litros de água para lavar um ônibus e que o setor no Brasil possui cerca de 18 mil ônibus, o consumo de água anual somente nesta atividade gira em torno de 1,6 bilhões de litros.

O consumo de energia no 1º semestre de 2012 no Brasil aumentou cerca de 4% e estima-se que até 2035 o consumo de energia aumente até 78% em relação ao consumo dos dias de hoje, sendo ainda grande o impacto da produção de energia no meio ambiente.

2. SITUAÇÃO ANTERIOR

Vivenciamos atualmente um problema bastante grave: o mundo atingiu a marca de 7 bilhões de habitantes em 2011 e o planeta tem nos dado sinais claros de esgotamento de sua capacidade de fornecer os recursos necessários à sobrevivência na Terra. Isso acontece porque adotamos um modelo de consumo que é insustentável, ou seja, a população ao redor do globo consome mais do que precisa e mais do que o planeta pode oferecer.

Nos últimos tempos, tem se tornado forte o conceito do Consumo Consciente, que basicamente é a consideração dos impactos ambientais, sociais e econômicos no ato do consumo, visando a redução dos impactos na natureza.

Foi com esse objetivo e pela busca da melhoria contínua dos processos ambientais que a Viação Águia Branca implantou ações, dentro do conceito dos 3R´s (reduzir, reutilizar e reciclar), para reduzir os seus impactos ambientais e contribuir para o crescimento sustentável.

O Programa baseia-se nos conceitos de consumo consciente, onde os dois primeiros R´s (reduzir e reutilizar) fazem parte de um processo educativo que tem por objetivo uma mudança de hábitos no cotidiano da empresa. A diretriz é levar o funcionário a repensar seus valores e práticas, reduzindo o consumo exagerado e o desperdício. O terceiro R (reciclagem) é colocado em prática pelas ações voltadas ao reaproveitamento dos resíduos, utilizados para compor novos produtos e matérias primas.

3. TERMOS E SIGLAS

- CSAO – Caixa Separadora de Água e Óleo;
- Resíduo Classe I – Resíduo contaminado com óleo/graxa e produtos químicos;
- Resíduo Classe II – Resíduo comum não contaminado;
- 3 R´s – Conceito de redução, reutilização e reciclagem, usado para minimizar os impactos ambientais.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GERAL

Utilizar os conceitos dos 3R's para promover o consumo consciente na empresa, reduzindo os impactos ambientais das atividades, assim como envolvendo e conscientizando os funcionários em relação as melhores práticas ambientais.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reduzir a geração de resíduos comuns (classe II) em 10% para 2011;
- Reduzir a geração de resíduos perigosos (classe I) em 20% para 2012;
- Reduzir o consumo de água em 5% para 2012;
- Reduzir o consumo de energia em 3% para 2012;
- Aumentar a conscientização dos funcionários quanto as práticas ambientais.

4.3 PÚBLICO ALVO

Este trabalho impacta diretamente na sociedade e no meio ambiente, por se tratar de ações de mitigação dos impactos ambientais, com conseqüente melhora na qualidade de vida das pessoas.

4.4 DESAFIO

Fazer com que os funcionários sejam agentes transformadores das práticas ambientais da empresa com intuito de buscar a redução dos impactos ambientais e preservação do meio ambiente.

5. DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

5.1 LEVANTAMENTO DE INFORMAÇÕES PARA DESENVOLVIMENTO DA EXPERIÊNCIA E FORMAS DE PESQUISA.

- Foi realizada uma reunião de *brainstorming* para levantar as alternativas e proposições dentro do Sistema de Gestão Ambiental, possibilitando-nos definir ações necessárias a evolução dos indicadores ambientais;
- Foi realizado um *benckmarking* com outras empresas, para nos auxiliar e ajudar com algumas ações a serem desenvolvidas;
- Foram realizados também estudos estatísticos, para mapeamento dos principais resíduos a serem tratados.

5.2 CONCEPÇÃO

Diante a oportunidade de melhoria dos resultados dos indicadores ambientais foram planejadas várias ações utilizando o conceito dos 3R´s (reutilizar, reduzir e reciclar).

5.3 DESCRIÇÃO

Com a possibilidade de melhoria no resultado dos indicadores ambientais e consequente redução nos impactos ambientais da empresa, implantamos algumas práticas ambientais, detalhadas abaixo e estas foram primordiais aos resultados deste trabalho.

5.3.1 Implantação do Programa 3R´s:

O Programa 3R´s foi implantado com o objetivo de alinhar os conceitos de redução, reutilização e reciclagem aos resíduos gerados pela empresa. Este conceito visa primeiro a busca pela redução na geração dos resíduos, em segundo plano a reutilização e por último a reciclagem, sempre com foco no consumo consciente e na geração dos resíduos. Os 3R´s são utilizados com foco em resíduo e também na orientação para o consumo dos recursos naturais, água e energia.
Este Programa foi implantado em 13 garagens da empresa, disseminado pelos Facilitadores da Qualidade e Agentes Ambientais, que passaram por treinamentos específicos sobre o assunto. Os objetivos deste Programa foram:
• Conscientizar as pessoas em relação ao consumo de insumos, tendo como consequência a preservação do meio ambiente;
• Promover a mudança de comportamento das pessoas que trabalham na empresa, em relação ao uso dos insumos;
• Adotar estratégias visando o comprometimento individual e coletivo em relação ao uso de insumos;
• Formar e capacitar pessoas para atuarem como multiplicadores de práticas conscientes quanto ao uso racional de insumos;
• Promover a educação ambiental e fomentar o espírito de colaboração em torno de temas socioambientais.

Dentro do Programa 3R´s podemos destacar as ações:

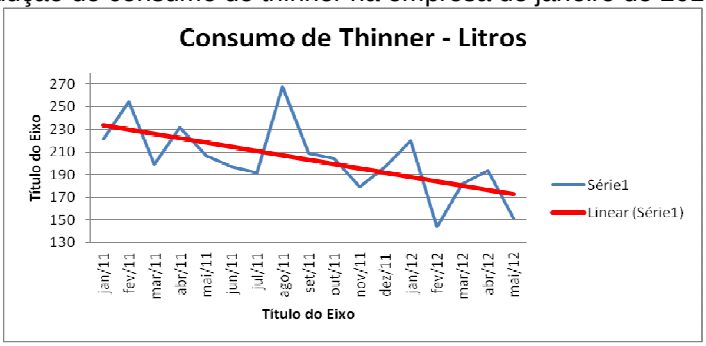
5.3.1.1 Construção de local apropriado para armazenamento de parabrisas, onde são depois enviados a reciclagem em empresas especializadas. Este resíduo antes não era destinado para reciclagem, sendo disposto em aterros licenciados.

5.3.1.2 Criação de caixa para decantação da lama do lavador de chassis dos veículos, projetada por funcionários da empresa, com o objetivo de escoar a água proveniente da lama gerada no local. Esta caixa reduz a quantidade de resíduos contaminados, destinando a água para tratamento e reaproveitamento. A lama é enviada para empresas licenciadas para o tratamento e destinação final.

5.3.1.3 Criação de carrinho, feito por funcionários da empresa, para limpeza das caixas separadoras de água e óleo. Este sistema reduz a quantidade de resíduos gerados e reaproveita o óleo usado para re-refino.

5.3.1.4 Aquisição de equipamento para reciclagem e reutilização de thinner. Este produto é utilizado para limpeza dos equipamentos de pintura e não era reaproveitado, sendo destinado a fornecedores licenciados para tratamento final. Com a aquisição deste equipamento reutilizamos o thinner e deixamos de gerar resíduos contaminados.

O gráfico abaixo mostra a redução do consumo de thinner na empresa de janeiro de 2011 a maio de 2012:



5.3.1.5 Instalação de estação de tratamento e reaproveitamento dos efluentes dos setores de Lavanderia, Lavador de Peças e Lavador de Chassis. Atualmente 100% da água consumida nestes setores é reaproveitada, o que representa aproximadamente 500 mil litros mês.

5.3.1.6 Criação de um Concurso de reciclagem envolvendo os funcionários e terceirizados da empresa, com o objetivo de conscientizá-los quanto as práticas ambientais, assim como promover a reutilização e reciclagem dos resíduos gerados na empresa. Esta foi a 1ª edição do Concurso e foram 49 trabalhos inscritos, onde estes foram avaliados por uma banca externa da empresa, composta por artistas da região, representantes de empresas parceiras e Secretaria de Meio Ambiente do município.

Alguns exemplos de materiais confeccionados pelos funcionários no 1º Concurso de Reciclagem:

Intelixeira
Lixeira para coleta seletiva criada com garrafas de água mineral vazias

Puf Reciclado
Material confeccionado com garrafas Pet vazias e banner´s usados

Coletor de Água
Aproveitamento da sobra de água mineral dos ônibus, utilizando-a na lavanderia de mantas dos ônibus

Ecobajur
Enfeite para ambientes. Confeccionado de filtros inservíveis dos ônibus

5.3.2 Campanhas e Práticas Implantadas para Conscientização Ambiental:

A Política Ambiental da Viação Águia Branca tem como princípio básico a preservação do meio ambiente e a melhoria contínua dos processos ambientais. Para tanto, sabemos que essas ações somente são possíveis com o envolvimento e a conscientização dos funcionários e terceiros. É diretriz da empresa utilizar Prêmios Internos, Eventos e datas comemorativas para disseminar e envolver os funcionários em ações voltadas a preservação ambiental.
Destacamos abaixo algumas práticas desenvolvidas na empresa para o sucesso do Programa:

5.3.2.1 Dia Mundial da Água: nesta data foi lançado um desafio na empresa para que os agentes ambientais e facilitadores da qualidade de cada garagem criassem formas de divulgarem e orientarem os funcionários sobre o consumo consciente de água e sobre a importância do tema nos dias atuais. Os exemplos abaixo mostram como os funcionários foram criativos para divulgação do tema:

- Mutirão realizado para disseminar o tema em todos os setores e tratar possíveis vazamentos existentes, evitando assim o desperdício.

- Em toda a empresa foram distribuídas "*gotinhas*" simbolizando o dia mundial da água e material informativo para divulgação do tema.

5.3.2.2 Dia do Meio Ambiente: foram realizados vários eventos no mês de junho em comemoração ao Dia Mundial do Meio Ambiente, aproveitando a data para disseminar o assunto em toda a empresa:

Caminhada ecológica da Sede de Cariacica

Os facilitadores da Qualidade, agentes ambientais e diversos funcionários envolvidos nos processos de Gestão Ambiental do NOP de Campo Grande e Matriz, além de representantes da Cooperáçuia, Green Tech e Restaurante Partel participaram, no dia 21 de junho, de uma caminhada ecológica de 5 quilômetros no Parque Estadual Paulo Cesar Vinha, no município de Guarapari, no Espírito Santo. Dois funcionários do parque acompanharam o grupo e apresentaram a fauna e a flora da região. O encontro foi uma oportunidade de integrar toda a equipe de facilitadores e agentes ambientais, que são os orientadores e formadores de opinião em cada setor da empresa para os assuntos relacionados ao meio ambiente.

5.3.2.3 Prêmio Qualidade: o tema do XVI Prêmio Interno da Qualidade, realizado em 2012, foi Sustentabilidade. O Prêmio é um dos eventos mais importantes da empresa, que envolve todos os funcionários, Diretores e até Acionistas. Além disso, é divulgado tanto internamente, quanto para o público externo. É uma forma criativa de divulgar os trabalhos da empresa, pois dissemina as práticas ambientais para todos os funcionários, terceiros e externos, deixando visível para todos os participantes a importância do tema, fortalecendo a Gestão da Qualidade.

Na oportunidade foram divulgados e expostos os trabalhos de reciclagem, confeccionados pelos funcionários e terceiros, resultado do Concurso de Reciclagem. Todo o evento foi decorado com materiais e resíduos reciclados e reaproveitados. Foram distribuídos Prêmios aos participantes, confeccionados na própria empresa, pelos funcionários, utilizando materiais reaproveitados.

5.4 PERTINÊNCIA DA SOLUÇÃO

As ações realizadas nos Programas 3R´s e Campanhas de Conscientização Ambiental estão relacionadas diretamente aos indicadores ambientais, conforme figura abaixo:

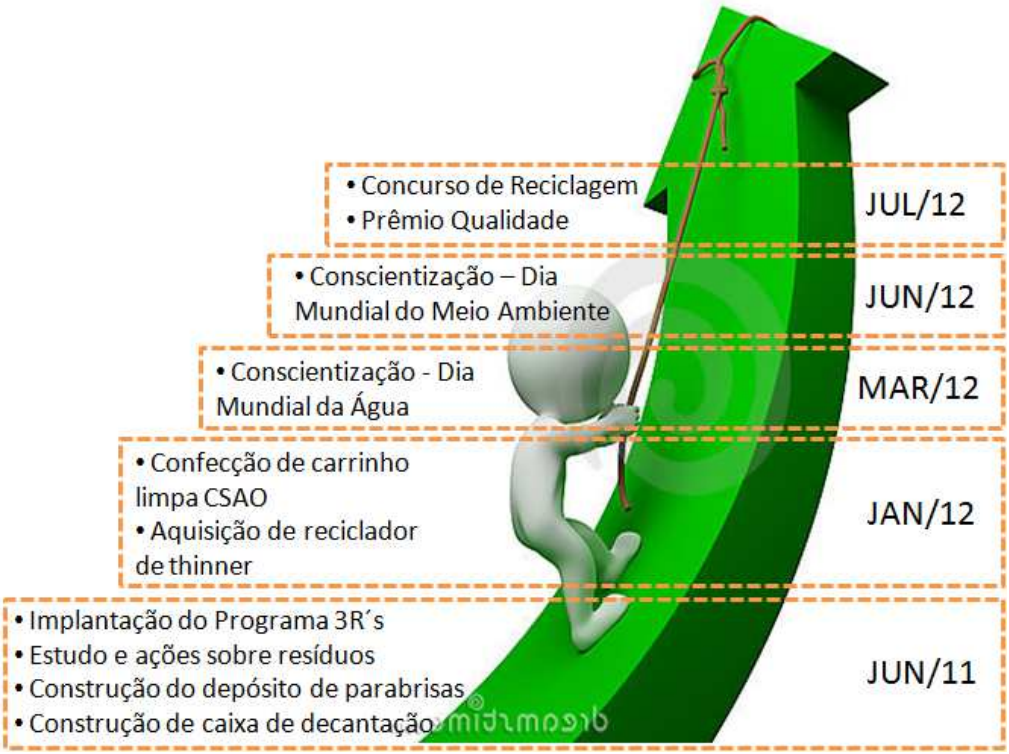
Ações	Alinhamento com os indicadores
• Reciclagem de parabrisas; • Caixa de decantação da lama do lavador de chassis; • Carrinho para limpeza das CSAO; • Reciclagem de thinner; • Tratamento e reaproveitamento de água; • Concurso de reciclagem.	• Resíduos Classe II • Resíduos Classe I • Consumo de Água
• Eventos do Dia Mundial da Água; • Eventos da Semana do Meio Ambiente; • Divulgação Prêmio da Qualidade.	• Resíduos Classe II • Resíduos Classe I • Consumo de Água • Consumo de Energia

5.5 DOCUMENTOS COMPROBATÓRIOS

- Certificados de Coleta e Destinação de Resíduos;
- Pesquisa de Clima Organizacional;
- Indicadores Ambientais;
- Informativos das Campanhas de Conscientização Ambiental;

- Materiais dos Eventos do Dia do Meio Ambiente e da Água;
- Contas de Água e de Energia;
- Jornais Internos e Externos;
- Publicações em Revistas;
- Pesquisa Marcas de Valor.

5.6 DESENVOLVIMENTO / ETAPAS



5.7 PROPOSTA DE DIVULGAÇÃO E RECURSOS DE MÍDIA E PROMOÇÃO

Os indicadores ambientais são divulgados internamente aos funcionários, conforme quadro abaixo, para acompanhamento de todos. Este quadro foi criado e proposto por um agente ambiental da empresa e suas informações são atualizadas mensalmente.

As campanhas e eventos internos são divulgados nos meios de comunicação da empresa, como jornais internos, murais, intranet, e outros.
Para o público externo, a empresa divulgou as ações em emissora de televisão. Este vídeo está sendo disponibilizado junto ao trabalho para demonstração ou no link http://www.youtube.com/watch?v=B_uB0JrpVIY.
Além de vídeo, matérias foram divulgadas em jornais impressos de grande circulação e sites mostrando a importância das ações realizadas pela Águia Branca e os resultados obtidos, conforme destacado abaixo:

14 ago 2012 **Viação Águia Branca reduz produção de resíduos**

Publicado às 10:36 | Postado por **ramonrr**

0 comentário(s)
comente

A viação Águia Branca reduziu em 33 toneladas a produção de resíduos como plástico, papelão, borracha, madeira e papel. O Sistema de Gestão Ambiental foi implantado há dois anos. A empresa reduziu, também, o consumo de água em 4,8 milhões de litros, o equivalente ao consumo diário de um município com 25 mil habitantes. Além disso, houve uma diminuição do consumo de energia em 110.400kw/h. Para atingir esses resultados, foram necessárias ações coordenadas pela Gerência de Suprimentos e Meio ambiente. Segundo o gestor Virgilio Pasolini, foram investidos R$ 4 milhões, além da realização de campanhas de conscientização e destino diferenciado de alguns resíduos. Os pneus, por exemplo, são encaminhados a uma fábrica no Mato Grosso, que produz material para fabricação de tapetes para carros, sapatos, vasos de plantas e até na composição de asfalto. Já o vidro dos parabrisas dos ônibus – que não é igual ao vidro doméstico - segue para reciclagem em São Paulo e o material proviente de construção civil é transformado em tijolos por uma empresa parceira. A empresa também implantou a coleta seletiva e lançou a campanha "Atitude Sustentável" entre os funcionários. "Acredito que mais do que conscientização, conseguimos levar muitos funcionários a mudarem o próprio comportamento dentro e fora da empresa", ressalta Virgílio Pasolini.

Compartilhe com seus amigos: Permalink: http://www.folhavitoria.com.br/geral/blogs/su

6. ENVOLVIMENTO

6.1 DA EMPRESA

Este trabalho abrange todos os setores da empresa e tem o envolvimento de todos os funcionários e terceiros nas ações e Programas ambientais.

6.2 DE PARCEIROS

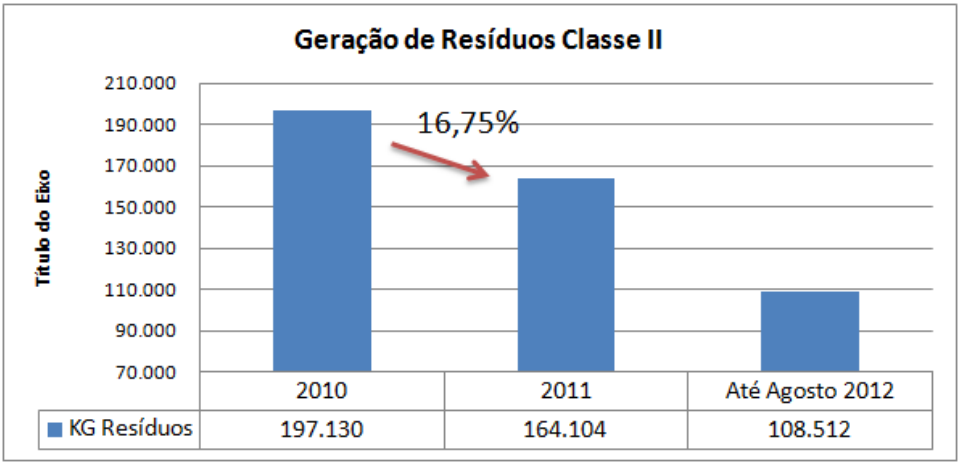
Todo o trabalho ambiental realizado pela empresa é disseminado aos funcionários terceirizados e outras empresas do Grupo Águia Branca que atuam na mesma planta. Este trabalho é importante porque esses profissionais também participam dos Programas e geram resultados para nosso sistema de gestão ambiental.
É importante destacar também a participação de pessoas externas no Concurso de Reciclagem, que contou com fornecedores parceiros, pessoas ligadas aos órgãos ambientais e artesões da região.

7. AVALIAÇÃO DA EXPERIÊNCIA

7.1 RESULTADOS OBTIDOS

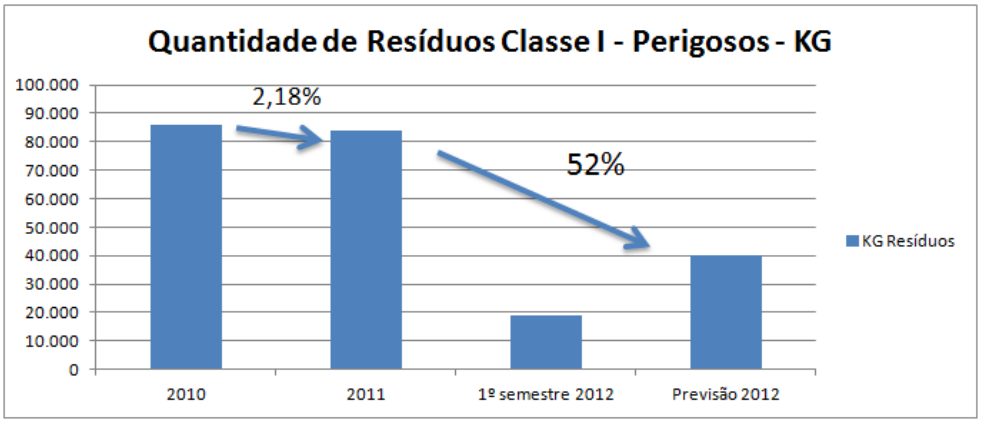
Reduzir a geração de resíduos comuns (classe II) em 10% para 2011

A redução na quantidade de resíduos classe II em um ano, ou seja, 16,75% ou 33 toneladas. A tendência para 2012 é que a quantidade de resíduos fique ainda abaixo da geração de 2011, se considerarmos a média mensal realizada até agosto. A quantidade reduzida em 2011 equivale a geração diária de lixo de uma cidade com aproximadamente 30.000 habitantes.



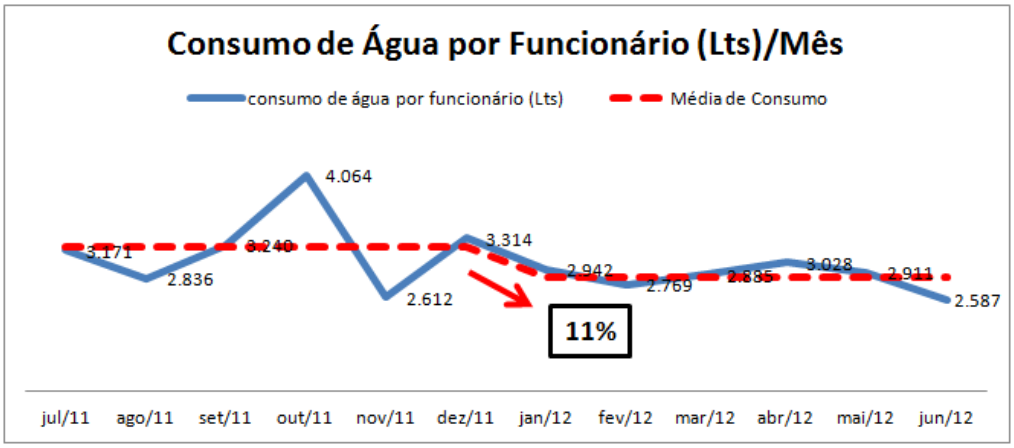
Reduzir a geração de resíduos perigosos (classe I) em 20% para 2012

O gráfico seguinte mostra uma redução de 2,18% na geração dos resíduos classe I (perigosos) em 2011 comparado com o ano de 2010. Para 2012, baseado nos resultados do 1º semestre, estimamos uma redução de até 52% no volume de resíduos gerados.



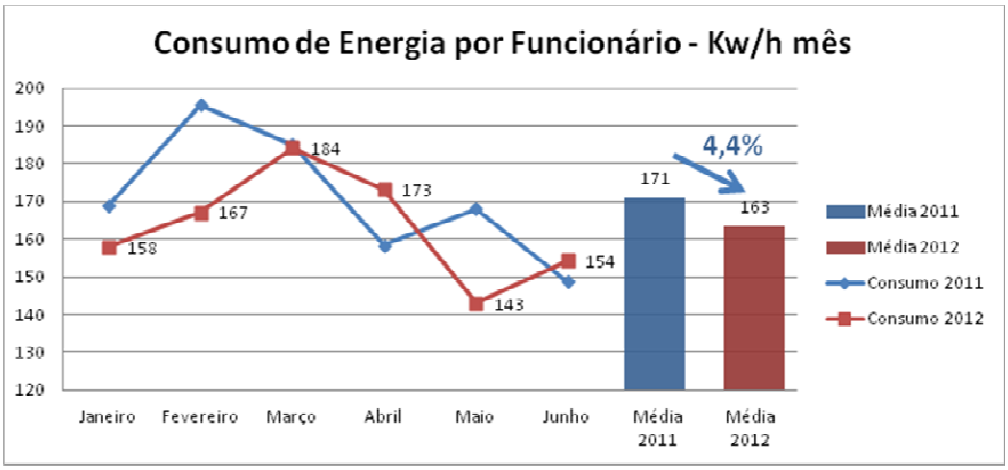
Reduzir o consumo de água em 5% para 2012

Comparando a média de consumo mensal de 2011 e 2012, houve uma redução de 11% ou 300 litros por funcionário/mês, o que corresponde a 4 milhões de litros de água por ano. Considerando que no Brasil o consumo diário de água por pessoa gira em torno de 200 litros/dia, esta quantidade daria para suprir a necessidade de todo um município com 20.000 habitantes durante um dia.



Reduzir o consumo de energia em 3% para 2012

Comparando o consumo de energia do primeiro semestre de 2012 com o mesmo período de 2011 tivemos uma redução de 4,4%. Esta redução significará uma economia anual de 110.400 Kw/h. Este consumo equivale ao gasto com energia de aproximadamente 63 pessoas durante um ano, considerando que um brasileiro consome 1.760 Kw/h por ano.[1]



Aumentar a conscientização dos funcionários quanto as práticas ambientais

Demonstrado no item 7.3

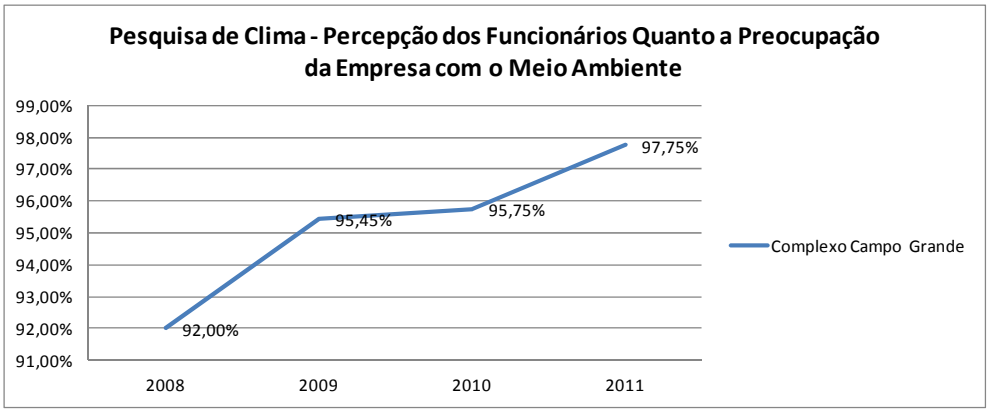
[1] Fonte:
http://www.energiasdobrasil.com.br/energia/pesquisadores_estudantes/energia_eletrica/curiosidades/curiosidades.asp

7.2 – INDICATIVOS DO GRAU DE SATISFAÇÃO DO PÚBLICO ALVO

Os resultados deste trabalho visam melhorar a saúde da população, conscientizar os funcionários, melhorar a imagem da empresa e consequentemente trazer resultados positivos para os acionistas.
Os resultados apresentados acima refletem parte deste compromisso, complementando-se com os resultados que estão apresentados nos próximos tópicos.

7.3 – INDICATIVO DO GRAU DE SATISFAÇÃO DOS PARTICIPANTES

Em função dos trabalhos realizados para conscientização ambiental dos funcionários, com a participação em eventos, campanhas e concursos internos, obtivemos um considerável aumento na pesquisa de clima interna, especificamente no item que mostra a percepção dos funcionários quanto as práticas de preservação ambiental da empresa.



7.4 – INDICATIVOS DO GRAU DE SATISFAÇÃO DA COMUNIDADE

O resultado da Pesquisa Marcas de Valores do ES, promovida anualmente pelo Jornal A Gazeta, demonstra a percepção da comunidade em relação às ações de preservação ambiental:

Empresas	Responsabilidade social		Responsabilidade ambiental		Desenvolvimento do Espírito Santo		Qualidade percebida dos produtos/serviços		Credibilidade	Inovação	Nota final	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2011	2011	2010	2011
Águia Branca	8,18	8,4	7,62	8,19	8,38	8,65	8,40	8,54	8,54	8,28	8,15	8,45
Grupo Coimex	6,95	7,9	6,68	7,59	7,50	8,24	7,73	8,21	7,99	7,95	7,24	7,99
Itapemirim	7,65	7,9	7,29	7,71	7,83	8,06	7,80	8,10	8,15	7,85	7,65	7,97
Grupo Buaiz	7,20	7,6	6,88	7,43	7,79	8,21	8,07	8,19	7,91	8,02	7,51	7,90

7.5 – INDICATIVOS DO GRAU DE SATISFAÇÃO DOS ACIONISTAS

Com os resultados obtidos, com a redução no consumo de água, energia e resíduos, assim produzindo grande impacto na preservação do meio ambiente, melhoramos a satisfação dos funcionários, acionista, bem como o reconhecimento da sociedade. A certificação da norma ISO 14001, no ano de 2011, fortaleceu ainda mais o nosso sistema de gestão ambiental e, de sobremaneira, o nosso orgulho em trabalhar numa empresa consciente com os anseios ambientais. Estes resultados convergem para um diferencial competitivo da empresa e satisfação dos acionistas.

7.6 – IMPACTOS SOBRE O POSICIONAMENTO DA EMPRESA NO MERCADO

A Viação Águia Branca se consolida mais uma vez como a empresa mais lembrada no mercado capixaba pelos consumidores, na referência de transporte de passageiros. Em 2012, foi a 20ª edição da Pesquisa realizada pelo Jornal A Gazeta, em parceria com o Instituto Futuro, e há 12 anos a Águia Branca está em 1º lugar na lembrança de marca no setor de transporte de passageiros, conforme demonstra a figura a seguir:

Nos caminhos da Águia Branca, trabalho e respeito ao cliente

Grupo comemora 65 anos de história pelas estradas do Brasil e se mantém firme na lembrança dos capixabas

Segurança, conforto e bom atendimento. Para os fundadores da Viação Águia Branca, a excelência nesses quesitos é missão fundamental para cada dia de trabalho. Talvez isso ajude a explicar a extrema vitalidade percebida pela empresa em seus 65 anos de existência. Em 2012, o grupo comemora 12 anos na liderança do Recall de Marcas de A GAZETA.

Na categoria Empresas de Ônibus, a primeira colocação foi alcançada com a lembrança de 32,45% dos entrevistados. A Itapemirim apresentou 14,12%, seguida pela Transol, com 6,86% das citações.

Para o diretor comercial e de marketing da Viação Águia Branca, Paulo Barcellos Torrentes Coelho, a marca é o principal patrimônio das instituições. "Uma empresa não existe sem clientes. Ter essa lembrança e o reconhecimento espontâneo de uma pesquisa é muito importante para nós. É fundamental que as pessoas se lembrem de nós na hora de viajar".

Além do investimento na qualidade e segurança dos passageiros, a empresa também focou na **sustentabilidade ambiental** de seus ônibus

Feirões e site

A empresa pretende investir cada vez mais na tranquilidade e segurança dos seus consumidores. E, claro, comodidade também é um ponto forte. Entre os projetos que a empresa pretende intensificar para continuar atraindo a atenção dos clientes estão os feirões de passagens. Esses eventos oferecem grandes descontos a quem compra com antecedência.

Neste ano, já foram lançadas 23 promoções para 12 destinos, partindo de Vitória, dos quais se destacam Rio de Janeiro, Niterói, São Paulo, Salvador.

Site novo

Também foi lançado um novo layout para site www.aguiabranca.com.br o, que facilitou a venda pela internet. Agora, o passageiro realiza a compra com cinco passos. São eles: escolha da data e horário da viagem, escolha da poltrona, login, identificação e pagamento. Além disso, no momento da consulta, ele terá a possibilidade de conferir os preços referentes à mesma viagem de dois dias anteriores e dois dias posteriores a data escolhida.

Viagem sustentável

Além dos investimentos na operação, a empresa também focou a sustentabilidade, implantando o Sistema de Gestão Ambiental e conquistando a primeira certificação ISO 14001, na garagem de Campo Grande.

Em dois anos, reduziu em 33 toneladas a quantidade de resíduos classe II (plástico, papelão, borracha, madeira, papel e outros que não são classificados como perigosos), o equivalente ao consumo diário de uma cidade de 30 mil habitantes; reduziu o consumo de água em 4,8 milhões de litros.

FICHA TÉCNICA – 11 FOLHAS

RESPONSÁVEIS:

Virgilio Cabalini Pasolini – Gerente de Suprimentos e Meio Ambiente
Genária Heringer Barros – Comprador Sr
Fernanda Rodrigues Peroba Soares – Gerente de Qualidade
Letícia Oliveira Lima – Analista da Qualidade