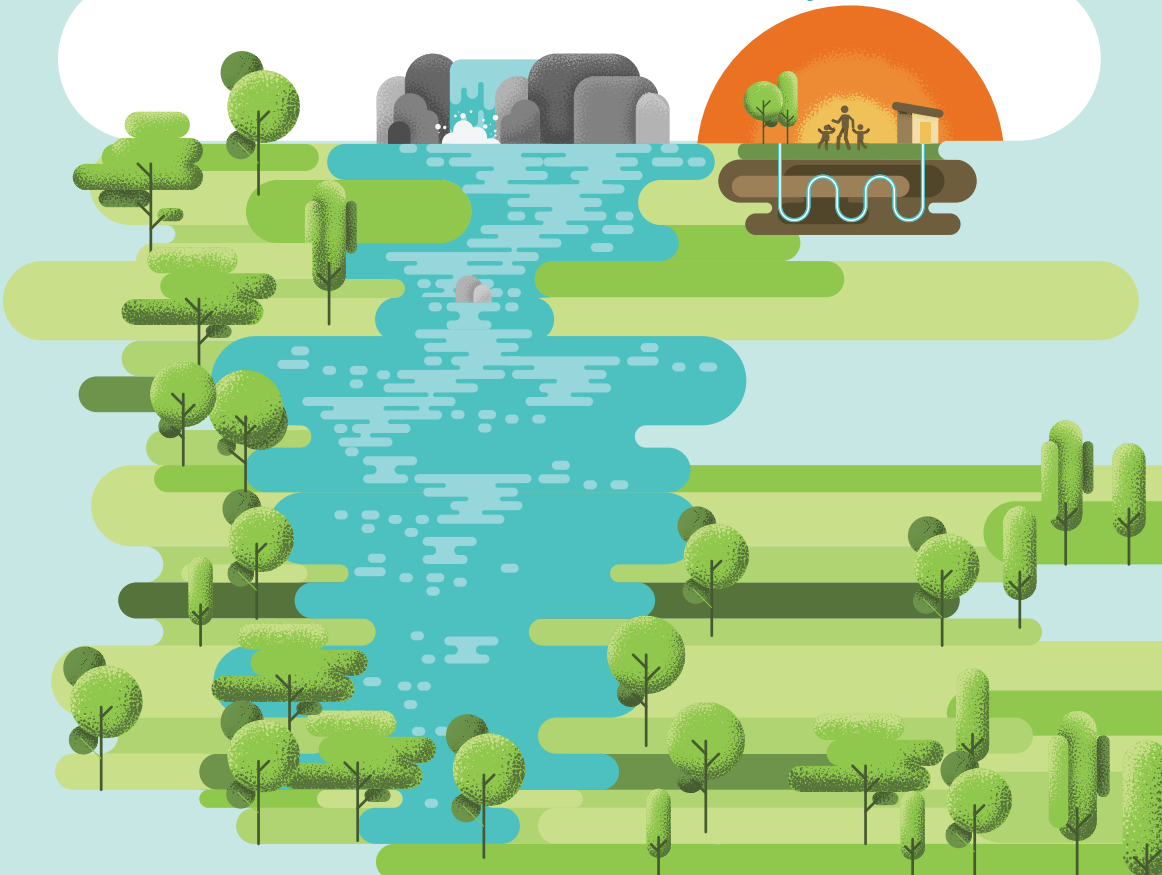




Banheiros Mudam Vidas:

Descobrimo como os brasileiros
percebem o saneamento básico
e como podemos nos engajar



Uma iniciativa de:



Kimberly-Clark

Neve





Banheiros Mudam Vidas:

Descobrimo como os brasileiros
percebem o saneamento básico
e como podemos nos engajar

Uma iniciativa de:



Kimberly-Clark

Neve



Banheiros Mudam Vidas

Na Kimberly-Clark, o cuidado é um dos nossos principais valores, e está presente em todas as nossas ações para nos mantermos uma companhia inovadora, responsável por marcas líderes em itens essenciais. Nós priorizamos iniciativas que contribuem para que o mundo seja um lugar melhor e mais acolhedor para todos. Para isso, tomamos diferentes tipos de medidas para gerar cada vez mais benefícios para a população, seja criando produtos e plataformas de relacionamento que atendam suas necessidades, desafiando estigmas, ou promovendo projetos que tenham um impacto social positivo para a sociedade.

Desde o início de nossa história e até hoje, quando nos aproximamos do nosso 150º aniversário, estamos comprometidos em melhorar as comu-

nidades nas quais trabalhamos e vivemos. Acreditamos que é esse o caminho para retribuir a confiança que nossos consumidores depositam em nós. Nossa estratégia de sustentabilidade tem como uma das metas melhorar a qualidade de vida e o bem-estar de 1 bilhão de pessoas em todo o mundo até 2030. A nossa jornada tem avançado rumo a este objetivo, mas seguimos focados em contribuir em face dos desafios sociais e ambientais de nosso tempo.

Com o programa Banheiros Mudam Vidas, que iniciou globalmente em 2015, e em 2016 chegou ao Brasil, estamos impulsionando mudanças para apoiar a construção de uma sociedade em que todos possam desfrutar de acesso à água potável e saneamento. Ao longo dos seis anos em que promovemos o projeto no Bra-

sil, conseguimos trazer iniciativas concretas e mobilizar diferentes atores para somar forças e, assim, contribuir para o início da mudança quanto à falta de saneamento básico de milhares de brasileiros.

Queremos seguir reforçando iniciativas que impactam nesse cenário, e também usar a nossa voz para continuar engajando cada vez mais pessoas em busca de respostas para esse problema. Esperamos que a iniciativa Banheiros Mudam Vidas, os projetos da coalizão formada por importantes instituições, as informações e a pesquisa sobre saneamento apresentadas neste trabalho possam inspirar você a se juntar a nós nesta causa.

Vamos juntos!

“Com o programa Banheiros Mudam Vidas estamos impulsionando mudanças para contribuir para a construção de uma sociedade em que todos possam desfrutar de acesso à água potável e saneamento.”



por **Andrea Rolim**,
presidente da Kimberly-Clark do Brasil



Prefácio

O primeiro passo para superar um desafio é entender todos os aspectos envolvidos. Mas quando se trata de um tema tão complexo quanto o saneamento, por exemplo, não basta apenas saber os detalhes técnicos. É preciso conhecer também a dimensão humana da questão, e buscar formas de engajar toda a sociedade, já que somente com o esforço de todos - governo, empresas, sociedade civil organizada e cidadãos - conseguiremos avançar para um cenário em que todos e todas possam ter saneamento adequado.

Com a intenção de lançar um novo olhar sobre o saneamento, a pesquisa “Descobrimo como os brasileiros enxergam o saneamento básico, e como podemos nos engajar”, organizada pela iniciativa Banheiros Mudam Vidas, em parceria com a consultoria Grimpa, buscou entender diversos aspectos da relação entre brasileiros e o saneamento, desde o nível de conhecimento sobre doenças causadas pela sua falta, principais

impactos sentidos pelas pessoas, e até o nível de interesse em um engajamento efetivo para a solução de alguns de nossos problemas.

“Banheiros Mudam Vidas” é uma iniciativa global da Kimberly-Clark, lançada em 2015 e que chegou no Brasil em 2016, e desde então incentivou soluções inovadoras para a crise do saneamento no Brasil. Em 2021, em um cenário pós-pandemia, questões de saúde pública e engajamento da sociedade se tornam ainda mais urgentes. Esperamos que esse relatório traga insumos para agentes públicos, empresas comprometidas com um avanço da sociedade, e cidadãos interessados em participar da construção de um país melhor.

Nas próximas páginas, você encontrará uma introdução sobre o estado atual do saneamento no Brasil, e porque um problema de todos requer uma solução conjunta. O compromisso de Kim-



berly-Clark por meio de sua marca Neve®, articuladoras do “Banheiros Mudam Vidas”, e um breve histórico do programa também são apresentados. Finalmente, os principais resultados da pesquisa inédita serão explorados e discutidos, além de um rico depoimento sobre o engajamento de empresas e institutos empresariais por Paula Fabiani, CEO do IDIS (Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social).

A Rede Brasil do Pacto Global é a terceira maior do mundo, e aqui no país notamos um envolvimento cada vez maior das empresas brasileiras em torno da sustentabilidade, bem como uma maturidade crescente em relação ao tema. Trabalhamos orientados pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, que são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade. O

sexto objetivo aborda justamente água potável e saneamento, colocando como meta garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos, por isso achamos que todo programa que contribua para o vencimento deste grande desafio sentido é extremamente válido. A iniciativa “Banheiros Mudam Vidas”, e a pesquisa aqui apresentadas, são passos importantes nesta direção

Boa leitura!



por **Carlo Pereira**
Diretor Executivo do Pacto Global
das Nações Unidas no Brasil



Índice

1. Introdução: por que banheiros mudam vidas?	10
2. Engajamento da sociedade: um problema de todos requer uma solução com todos	16
3. Artigo: Saneamento básico: A urgência de olharmos para este tema no Brasil, <i>por Patricia Macedo, diretora de marketing da Kimberly-Clark</i>	22
4. Pesquisa: Banheiros Mudam Vidas: Descobrimo como os brasileiros percebem o saneamento básico – e como podemos nos engajar	26
5. Artigo: Uma máquina do tempo para o Brasil, <i>por Paula Fabiani, CEO do IDIS – Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social</i>	48
6. Metas: os compromissos de Kimberly-Clark para os próximos anos	52
7. Histórico: Como Banheiros Mudam Vidas evoluiu nos últimos 6 anos	54
8. O que Kimberly-Clark e Neve® têm feito	62



1.

Introdução: por que banheiros mudam vidas?

Mais de dois bilhões de pessoas não têm acesso à água potável no mundo, e mais que o dobro deste número não possuem saneamento gerido de forma segura¹. O impacto desta privação se estende desde um alto número de do-

enças, que sobrecarregam sistemas de saúde e aumentam a mortalidade infantil, até uma intensificação de desigualdades de gênero ou problemas para inserção no mercado de trabalho, por exemplo, devido a doenças ou falta de locais reservados para higiene pessoal.

O que é saneamento básico:

Conjunto de serviços, infraestruturas e instalações operacionais de abastecimento de água potável, esgotamento sanitário, limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos, drenagem e manejo das águas pluviais urbanas. Os serviços de saneamento impactam diretamente na saúde, qualidade de vida e no desenvolvimento da sociedade como um todo⁵.

Mas e no Brasil? Estima-se que entre 87 e 100 milhões de pessoas não tenham coleta de esgoto². Mais de quatro milhões de brasileiros não têm acesso a um banheiro e mais de 16% da população não tem acesso à água tratada³. De acordo com o diagnóstico 2019 do Sistema Nacional de Informações Sobre Saneamento, no atual ritmo, a universalização do saneamento básico só seria atingida em 2066⁴. O marco legal do saneamento, sancionado em

Em 2019, o Brasil
teve mais de 273
mil internações
por doenças de
veiculação hídrica

“Adotamos o saneamento básico como uma causa porque fomentamos narrativas, debates e ações que estejam alinhados com nossos propósitos e valores enquanto companhia. O desafio é enorme, e marcas inovadoras, como Neve®, têm muito a contribuir, mas precisamos do envolvimento de todos os setores da sociedade para conseguir avançar.”

Patrícia Macedo,
Diretora de marketing
da Kimberly-Clark

Saneamento em números:

35 milhões

de brasileiros não têm acesso à água⁶

O Norte tem o menor acesso à água tratada e esgoto⁷

57,5% água tratada

12,3% esgoto



O Sudeste tem o maior acesso à água tratada e esgoto⁷

91,1% água tratada

79,2% esgoto

Quase

100 milhões

de brasileiros não possuem coleta de esgoto⁸



1. Introdução: por que banheiros mudam vidas?

A falta de banheiro na moradia foi apontada como responsável por aumentar em 7,3% o atraso escolar dos jovens¹⁶.

2020, objetiva que esse amplo atendimento seja atingido antes: até 2033 - mas sabemos que para que isso se torne realidade, ainda há muito a ser feito.

O constante desafio no desenvolvimento de infraestruturas que garantem o fornecimento de saneamento básico, especialmente nas regiões mais pobres, mantém essa realidade nas favelas, morros, palafitas, periferias das grandes cidades e área rural.

Apesar de um aumento no investimento nas últimas décadas, ainda há um caminho enorme pela frente. Em 2019, o Brasil teve mais de 273 mil internações por doenças de veiculação hídrica¹³. A crise de saúde pública causada pela


pandemia de Covid-19 acentuou a urgência deste problema: a desigualdade no acesso ao saneamento básico no Brasil pode ser apontada como uma das responsáveis pelo alto impacto da doença nas populações vulneráveis do país¹⁴. Mas este não é um problema novo. Ao olhar a dengue – velha conhecida do brasileiro - pesquisas também apontam a correlação entre falta de saneamento básico e alta incidência da doença, o que leva a um elevado custo ao país em termos de saúde pública¹⁵.

À frente de educação, a falta de banheiro na moradia foi apontada como responsável por aumentar em 7,3% o atraso escolar dos jovens¹⁶. Dentre os motivos para essa relação entre saneamento e educação, destacam-se os

Saneamento em números:

Apenas **6** Estados Possuem mais de **50%** de esgoto coletado⁹

 **24%**
das meninas brancas no Brasil moram em locais sem esgotamento sanitário.¹⁰

 **37%**
é o número para meninas negras.¹⁰

O custo com internações por doenças de veiculação hídrica em 2019 foi de

R\$ 108 milhões¹¹

R\$2,1 bilhões

foi o investimento em saneamento pelo governo federal, em 2019¹²

“Se cada ator fizer a sua parte, com políticas públicas, incentivo em pesquisa e desenvolvimento, compartilhamento de conhecimento, criação de bons projetos e, literalmente, colocarmos a mão na massa, não tenho dú vidas que esses números logo serão estatísticas na nossa história. Fazemos parte da sociedade e, assim como exigimos nossos direitos, também devemos respeitar e honrar nossos deveres e sermos mais inclusivos, justos e solidários.”

Ricardo F. Oliani,
Negócios Sociais na
Biomovement Ambiental, projeto
contemplado no edital do
Banheiros Mudam Vidas – 2019.



1. Introdução: por que banheiros mudam vidas?

Marcas, governo e sociedade civil atuando juntos podem acelerar a universalização do saneamento.

problemas decorrentes de doenças que afetam a presença escolar de jovens, e a ausência de instalações sanitárias adequadas nas escolas, que afetam ainda mais gravemente meninas em idade escolar.

Desde 2015, a Kimberly-Clark lidera globalmente o “Banheiros Mudam Vidas” (Toilets Change Lives), iniciativa que aciona parcerias com atores relevantes e investe recursos para acelerar startups e projetos de empreendedorismo social que estão desenvolvendo soluções para contribuir com a universalização do saneamento. Mas sabemos que uma marca sozinha não vai resolver o problema. Por exemplo, estudos recentes mostram que a participação da sociedade no tema, principalmente por meio

de articulações comunitárias, é extremamente importante para se atingir a universalização do saneamento básico no país¹⁷. Nas últimas décadas, o setor tem recebido maior atenção, e há também maiores investimentos na área. No entanto, é preciso que esses investimentos sejam sustentáveis e duradouros, e que a sociedade se engaje para garantir que mais recursos sejam aplicados de forma mais eficiente e justa¹⁸. Marcas, governo e sociedade civil atuando juntos podem acelerar a universalização do saneamento.

Infelizmente, a maioria das pessoas só percebe a importância do saneamento quando ele falta. Queremos entender como os brasileiros enxergam o saneamento e colaborar para mudar essa realidade, por meio do fomento de

uma parceria entre vários atores da sociedade em torno de um futuro mais sustentável e saudável para todos. Para tal, conduzimos a pesquisa inédita “Descobrimo como os brasileiros percebem o saneamento básico – e como podemos nos engajar”, que procurou compreender como as pessoas enxergam o problema, quais as expectativas para o engajamento cívico e social e o que esperam do governo e das marcas para a resolução deste problema crônico. Os principais resultados serão apresentados mais à frente, assim como uma discussão do assunto com profissionais relevantes.

Referências • Capítulo 1

1. (Unicef, 2017)
2. (SNIS, 2019)
3. (IBGE, 2019)
4. (SNIS, 2019)
5. (Brasil, 2020)
6. (SNIS, 2019)
7. (SNIS, 2019)
8. (SNIS, 2019)
9. (TrataBrasil, 2021)
10. (Unicef, 2021)
11. (TrataBrasil, 2021)
12. (Governo do Brasil, 2019)
13. (SNIS, 2019)
14. (Bandeira de Melo et al., 2020)
15. (Coury et al., 2021)
16. (Trata Brasil, 2018)
17. (Pereira, 2021)
18. (Leonetti et al., 2011)



2.

Engajamento da sociedade: um problema de todos requer uma solução com todos

Um relatório da ONU, de 2013, revelou que apenas uma em cada quatro pessoas sem saneamento básico reclama por seus direitos, o que já apontava a necessidade de uma maior mobilização pelo atendimento desse tipo de demanda¹⁹. Em nossa pesquisa, aprendemos que a percepção para 90% dos brasileiros entrevistados é de que mudar a realidade do saneamento deve passar por um esforço coletivo, envolvendo esferas governamentais, empresas privadas e população. Porém, 74% das pessoas não sabem como podem contribuir. Além da intensificação dos investimentos privados e públicos em nível federal, estadual e municipal, precisamos aprender como mobilizar a pressão popular pela democratização de serviços sanitários.

Contudo, no cenário da pandemia da Covid-19, a percepção e a consciência da sociedade a respeito da importância de discussões sobre saúde pública aumentaram. A preocupação com a própria saúde, da família e das pessoas ao redor, ganhou um novo significado. Com essa nova mentalidade coletiva, o acesso a um banheiro digno pode ser tornar uma questão de saúde pública para todos. O momento é propício para buscar o engajamento de todas as classes sociais nessa causa.

Como é um interesse coletivo, não basta que somente as pessoas que sofrem diretamente a falta de saneamento se engajem, precisamos despertar o interesse pelo saneamento básico em pessoas que nunca tiveram que pensar

Importância do saneamento*

92%

Garantir o saneamento a todos é um **esforço conjunto de toda a sociedade, inclusive o meu**

94%

Acredito que saneamento é um **serviço tão essencial quanto saúde, educação, moradia etc.**

Informação*

71%

Tenho interesse em mobilizar esforços pessoais para participar de discussões e ações sobre saneamento

72%

Leio frequentemente notícias sobre as consequências negativas que a falta de saneamento traz para a população

Engajamento*

37%

Sempre tive acesso ao saneamento, esse **não é um tema em que penso normalmente**

45%

Acompanho ações de ONGs e outras entidades relativas ao saneamento

52%

Não conheço iniciativas de caráter públicos ou privado que buscam minimizar o problema de saneamento no Brasil

*Porcentagem de pessoas que concordam ou concordam muito com a afirmação



Nove em cada dez brasileiros acreditam que a garantia de saneamento para todos deve ser um esforço conjunto

sobre o tema. Sabemos do tamanho deste desafio: como mobilizar pessoas que em nenhum momento tiveram que esperar na fila do posto de saúde para tratar de uma doença facilmente evitável? Ou que nunca tiveram que lidar com pobreza menstrual, como falta de produtos de locais adequados para higiene pessoal?

Os desafios trazidos pela pandemia foram muitos, desde os seus efeitos devastadores na saúde pública, até o agravamento de dificuldades econômicas do país. Atualmente, saúde, educação, desemprego e segurança pública são as principais preocupações do brasileiro, de acordo com nossa pesquisa. Saneamento, apesar de intimamente ligado à saúde, ocupa o oitavo lugar.

Assim, temos o desafio de aproximar o tema do saneamento da sociedade, mostrando sua ligação com a situação atual do mundo e expondo caminhos em que, juntos, podemos colaborar para transformar essa realidade. No nosso levantamento inédito, que traz uma abordagem humanizada sobre o saneamento básico, perguntamos o que os brasileiros esperam dos governos e das marcas. **(Veja as principais respostas no quadro da página anterior)**

É possível dizer que há praticamente um afunilamento entre a importância atribuída ao saneamento e o engajamento no tema. Enquanto nove em cada dez brasileiros acreditam que a garantia de saneamento para todos deve ser um esforço conjunto, apenas pouco mais da



metade conhece iniciativas concretas para a resolução do problema. A participação das pessoas não precisa ser complexa: pequenas ações podem contribuir, e muito, para a situação. Por exemplo, unir esforços e fortalecer organizações comunitárias, ou se engajar em projetos que atuam no setor, e até mesmo acompanhar o trabalho de representantes do poder público e empresas podem fazer a diferença. Doação para projetos e instituições que atuam em áreas de maior necessidade também pode ser uma forma simples e efetiva de ajudar.

Referências • Capítulo 2

19. (Pena, 2021)



“Se, por um lado, a COVID-19 deixou ainda mais claro o cenário de acesso a direitos básicos, como saúde, por outro, evidenciou também que é essencial a contribuição entre as esferas pública, privada e terceiro setor, para termos ainda mais forças para superar esses desafios.”

Patrícia Macedo,
diretora de marketing
da Kimberly-Clark



“A COVID-19 veio nos mostrar a importância do saneamento e a necessidade de avançarmos com a implementação do saneamento.

Como prevenção à COVID-19, a necessidade de utilização da água mostrou-se essencial para que todos mantenham as mãos e locais limpos.

A ABES, dentro da sua missão de contribuir para o desenvolvimento do saneamento ambiental, apoia todas as ações nesse sentido. Precisamos unir forças para que os municípios brasileiros atinjam a universalização em 2033 e as metas de que todos os brasileiros tenham acesso à água nas suas residências e coleta e tratamento de esgotos.”

Luiz Roberto Gravina Pladevall
Presidente da ABES-SP



“Não é possível falar em desenvolvimento sustentável sozinho, a resolução dos problemas está na força da colaboração. Ter o apoio de empresas, do governo, da academia e de toda a sociedade é essencial para buscarmos soluções para problemas complexos, ainda mais pensando no tamanho e diversidade que tem o Brasil. Espero que o saneamento vire uma pauta coletiva cada vez mais forte, já que todos nós ficamos ainda mais cientes de sua importância após a pandemia.”

Ricardo F. Oliani,
Negócios Sociais na Biomovement Ambiental, projeto contemplado no edital do Banheiros Mudam Vidas em 2019



3.

Saneamento Básico: A urgência de olharmos para este tema no Brasil

Chegamos a um momento da história em que a união para o enfrentamento a questões sociais e ambientais se torna mais urgente a cada dia. Se, por um lado, a COVID-19 deixou ainda mais claro o cenário do acesso a direitos básicos como saúde e saneamento, por outro, evidenciou também que é essencial a colaboração de todos para termos ainda mais forças para superar não somente a pandemia, mas qualquer dificuldade.

Neste cenário, é inegável que as marcas também têm um papel-chave para ajudar a solucionar os problemas sociais. Esta não é apenas uma percepção minha, mas algo que já vínhamos trabalhando como companhia nos últimos anos, não somente por meio das iniciativas de Banheiros Mudam Vidas, com Neve®, mas tam-

bém quando falamos sobre pobreza menstrual, com a marca Intimus, por exemplo.

De acordo com o Trust Barometer, estudo promovido pela agência de comunicação Edelman, 93% da população esperam que as marcas devam ir além de seu produto ou serviço, e tomem medidas que gerem mudanças positivas no mundo, enfrentando desafios da sociedade e apoiando comunidades locais.

A Kimberly-Clark e sua marca Neve® compartilham da certeza que a solução para as questões sociais é coletiva, e acreditamos que retribuir a confiança que nossos consumidores depositam em nós é essencial. Como diretora de marketing de uma empresa de produtos de higiene



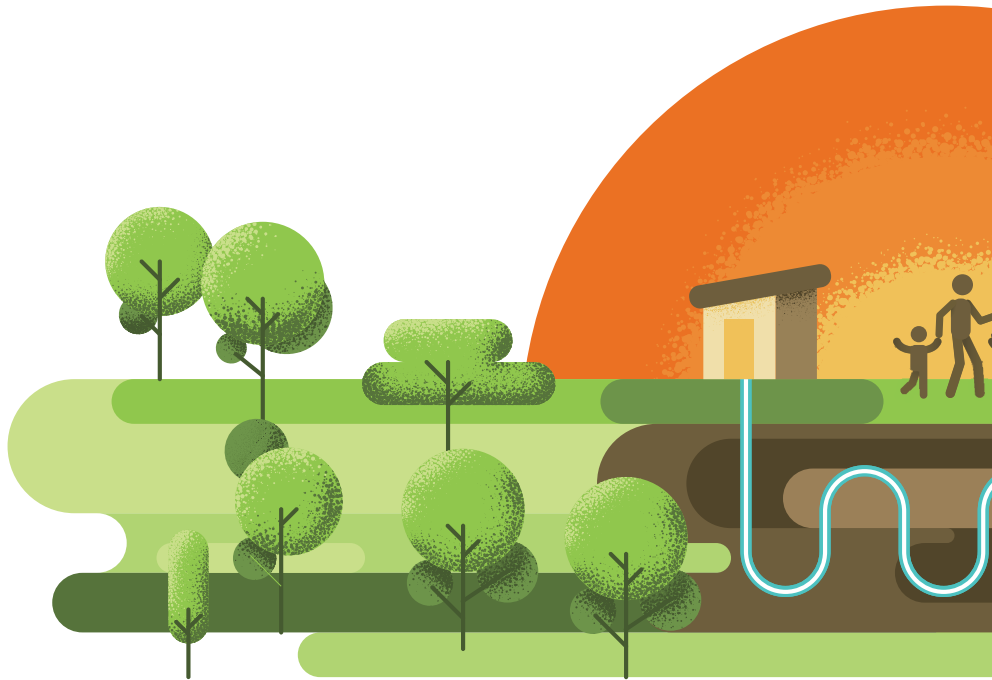
Um caminho indicado a partir dos dados do nosso estudo é apostar em iniciativas diversificadas, que funcionem a longo prazo

peçoal, tenho consciência de que devemos ter responsabilidade em torno dos territórios de nossas marcas, procurando sempre fomentar ações concretas, que de fato tenham impacto na realidade das pessoas, além de fomentar debates que sejam alinhados com nosso propósito e apoiem a causa. Entendemos que estabelecer uma conversa franca e próxima com nosso público nos ajuda a conhecê-lo melhor não apenas para que possamos entregar produtos que melhorem sua rotina, mas também para chamá-lo a pensar e agir junto conosco em favor da sociedade como um todo.

Desde 2016, o primeiro ano do Banheiros Mudam Vidas no Brasil, Neve® fomenta iniciativas que trazem impacto positivo para sociedade no



*artigo de **Patricia Macedo**,
diretora de marketing da Kimberly-Clark*

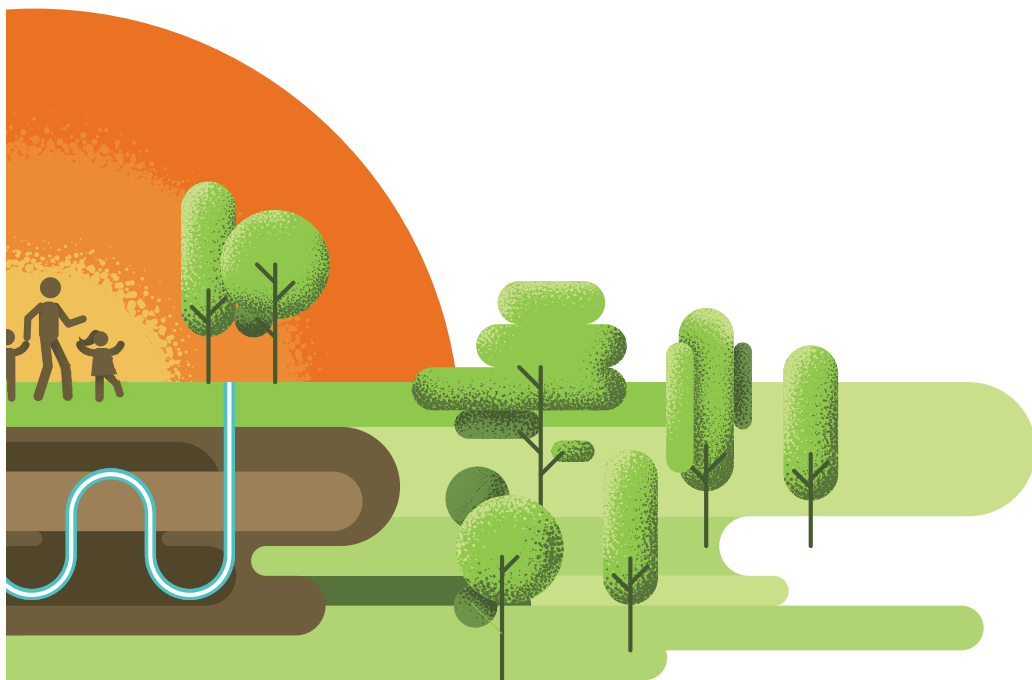


campo do saneamento básico, e busca conscientizar seus públicos para que juntos possamos multiplicar nosso potencial de transformação. Atualmente, mais de quatro milhões de cidadãos vivem sem acesso a banheiro e 16% da população não têm água tratada. No entanto, grande parte dos brasileiros ainda vê a questão como algo distante de sua realidade, conforme revelou a pesquisa de Banheiros Mudam Vidas realizada em 2021. O estudo também mostrou que as pessoas esperam que empresas e sociedade civil se engajem pelo saneamento, porém não sabem o que elas mesmas podem fazer para contribuir.

Coletivamente, agora é a hora de darmos um passo além e tomarmos atitudes robustas para que a questão do saneamento seja olhada, dis-

cutida e melhorada. Temos um longo histórico de ações concretas que reforçam o nosso compromisso com o tema, e como próximo passo estamos indo para além de nossos muros para buscar alianças que nos permitam enfrentar os grandes desafios que estão postos.

Um caminho indicado a partir dos dados do nosso estudo é apostar em iniciativas diversificadas, que funcionem a longo prazo e que fortaleçam as pequenas comunidades, já que os brasileiros enxergam a questão do saneamento como um problema a ser resolvido prioritariamente pelos governos municipais. Desta forma, contribuiremos para o fomento de coletividades atentas e resilientes, que exigem atitude do poder público e das empresas.



Temos orgulho de ter planejado e executado ações diversas e consistentes ao longo destes anos, com a ajuda de parceiros como UNICEF, Plan International e Water.org; por isso, queremos continuar construindo relacionamentos para inspirar cada vez mais pessoas a tomar atitudes para melhorar a situação. Apoiamos ao longo do tempo projetos e entidades relevantes e idôneos, cujos valores vão ao encontro de nossos valores como companhia. Tais alianças nos permitiram tangibilizar a promessa que Banheiros Mudam Vidas e levar mais saúde e dignidade a comunidades vulneráveis em 8 países da América Latina e impactando mais de 1,3 milhões de pessoas, que agora têm acesso a banheiros seguros. Esse comprometimento é fundamental e mostra a importância do envolvimento de

marcas como Neve®, que lidera discussões para gerar impactos ainda mais positivos na vida das pessoas, para além de nossos produtos.

Dessa forma, geramos uma conexão consistente com o nosso público, convidando-o a se unir a nós e a outros atores numa forte aliança para enfrentar os desafios e somar forças para mudar a realidade da falta de saneamento no Brasil.



4. Pesquisa: Banheiros Mudam Vidas: descobrindo como os brasileiros percebem o saneamento básico e como podemos nos engajar

4.

Pesquisa:

Banheiros Mudam Vidas: descobrindo como os brasileiros percebem o saneamento básico e como podemos nos engajar

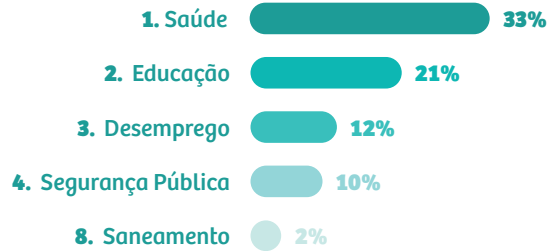
Para entender como o brasileiro encara o problema do saneamento, e o que se espera de marcas e governo, realizamos em parceria com a consultoria Grimpa uma pesquisa que ouviu 1002 pessoas, em todos os estados do país.

A pesquisa procurou entender o quanto as pessoas consideram a falta de saneamento um problema, mas também como elas enxergam possíveis soluções – inclusive com o envolvimento direto de cidadãos.

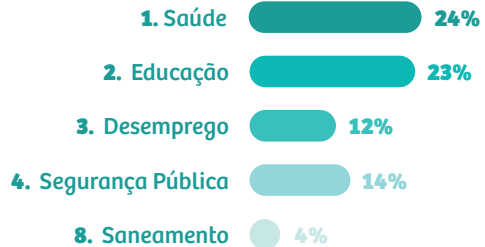
A pesquisa ouviu mais entrevistados no sudeste, nordeste e sul, com idades distribuídas entre todas as faixas. O perfil étnico e de instalações sanitárias é parecido com a média brasileira.

Esponaneamente, saneamento não está entre os principais temas que ocupam o pensamento dos respondentes. Saúde é o principal tema, provavelmente em função da pandemia. Educação é mencionada por 21% e desemprego tem menções próximas à segurança pública.

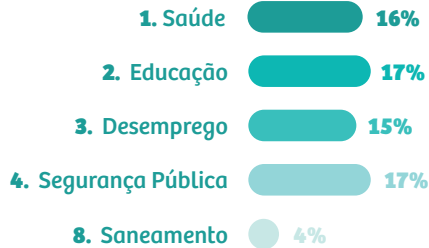
1º Lugar

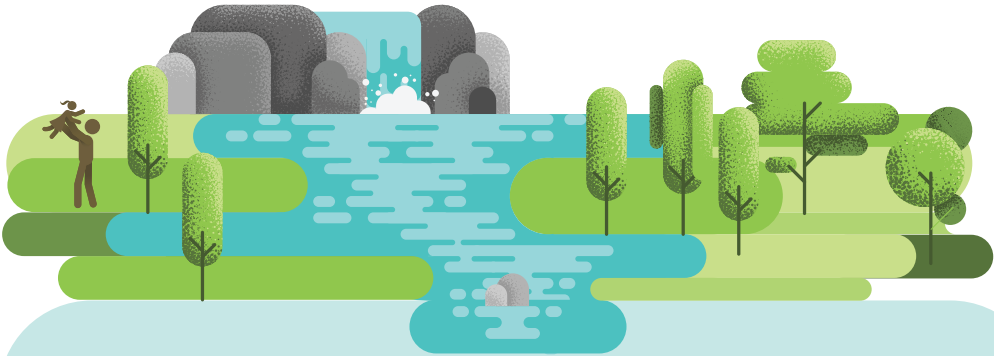


2º Lugar

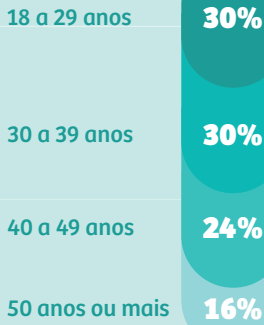


3º Lugar

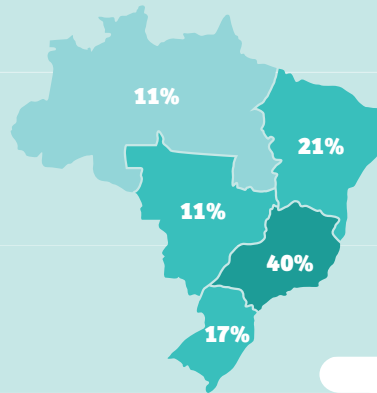




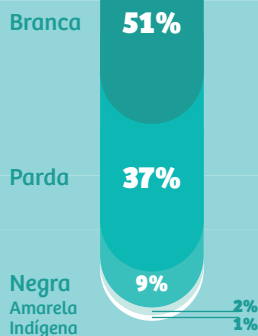
Idade



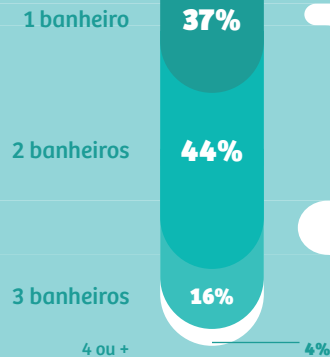
Região



Cor da pele



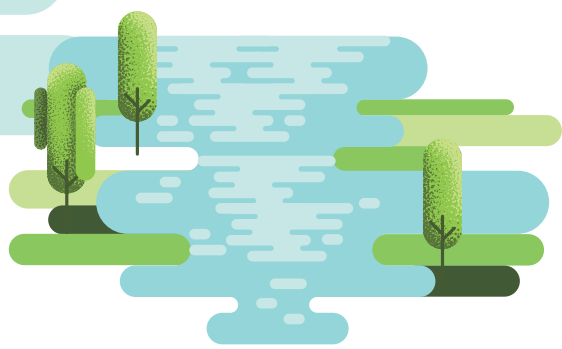
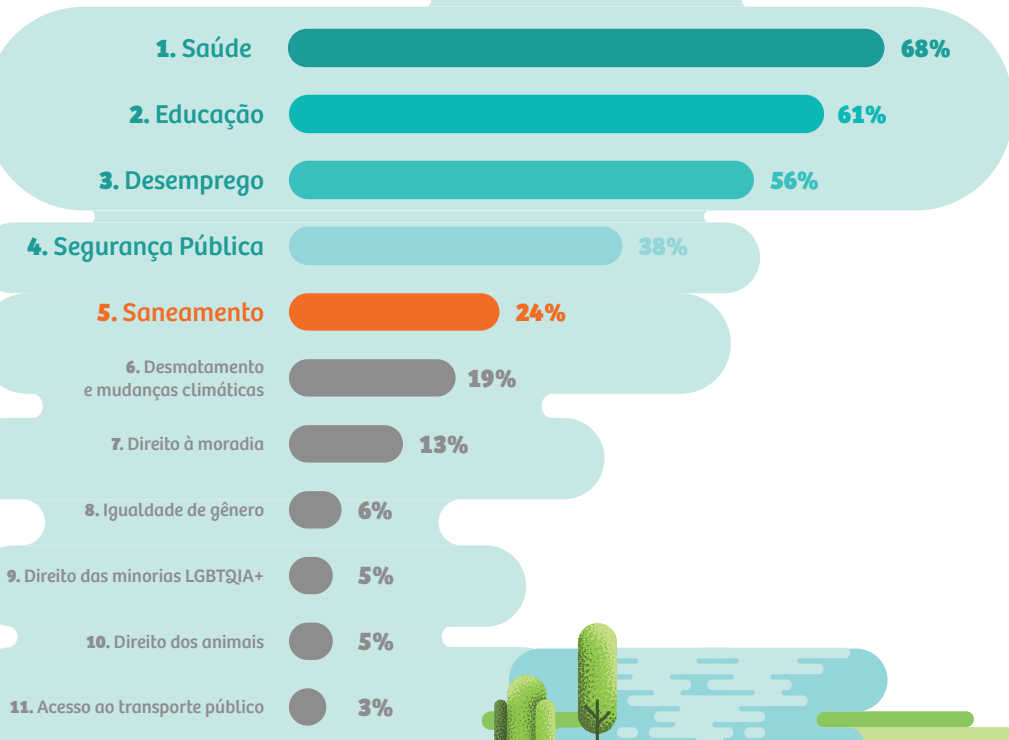
Quantidade de banheiros





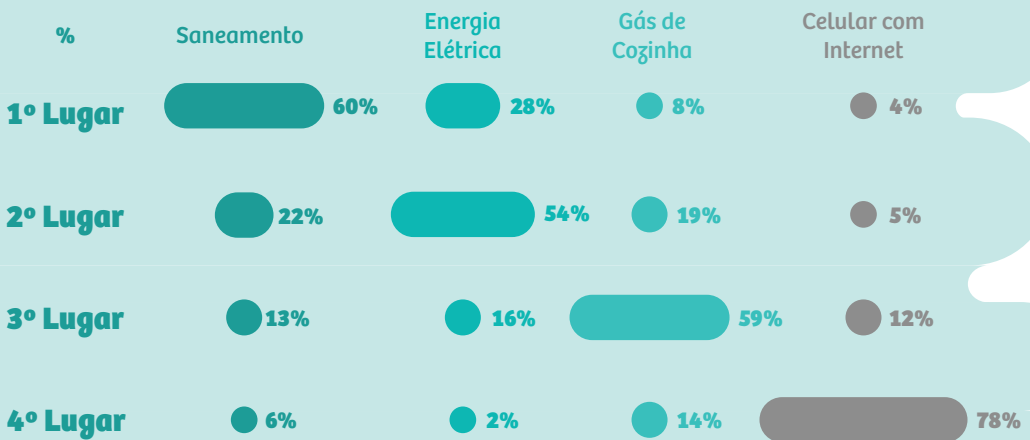
Apesar de não ser um dos temas mais preocupantes para os respondentes, saneamento é o quinto problema que os brasileiros querem ver priorizados no curto prazo.

Para você, quais são os 3 principais problemas que o Brasil deveria resolver nos próximos 10 anos? Escolha até 3 alternativas



Além disso, os brasileiros enxergam a importância do saneamento em suas vidas. Entre serviços básicos, é o item considerado mais importante para 60% dos respondentes!

Dessa lista de serviços de primeira necessidade, qual você considera o mais importante?



“Precisamos quebrar esta dicotomia entre a importância atribuída ao saneamento – que é real – e o baixo nível de engajamento da sociedade como um todo no tema. Saneamento precisa passar de um problema do futuro para um problema do presente, e todos precisamos fazer nossa parte”

Gary White,
CEO e co-fundador da Water.org



De quem é a responsabilidade pelo saneamento básico?

O saneamento básico tem muitos responsáveis em diferentes níveis. Veja abaixo as responsabilidades de cada ator do setor, de forma geral, de acordo com a Lei nº 14.026, de 2020, que estabelece diretrizes nacionais para o saneamento básico:

Estados e municípios: devem elaborar planos de saneamento básico, com metas e objetivos claros para gestão dos ativos de água e esgoto, águas pluviais e resíduos sólidos. Neste plano estão inclusos todos os ciclos do setor: captação, tratamento, distribuição e coleta. Em alguns casos, os estados e municípios também executam os serviços de saneamento por meio de concessões a empresas privadas.

União: aprova os planos de saneamento básico e disponibiliza parte dos recursos destinados ao saneamento.

Agências reguladoras locais: fiscalizam e auxiliam os estados e municípios no planejamento e também na execução técnica dos contratos de concessão, quando necessário. As diretrizes seguidas pelas agências locais são coordenadas pela Agência Nacional de Águas (ANA).

Empresas privadas: Atualmente, cerca de 16% dos municípios do país possuem contratos com empresas privadas para o fornecimento de serviços de saneamento, por meio de parcerias público-privadas (PPP), concessões plenas, parciais ou subconcessões.

Com o Novo Marco Regulatório do setor, a meta do Governo Federal é alcançar a universalização até 2033, garantindo que 99% da população brasileira tenha acesso à água potável e 90% ao tratamento e à coleta de esgoto. Como as decisões de planejamento e execução acontecem principalmente nos níveis estadual e municipal, o fortalecimento de comunidades e lideranças locais que possam estar próximos do poder público no acompanhamento do plano de saneamento básico e sua execução é uma das principais formas que a sociedade pode fazer a diferença!

Saneamento é percebido principalmente como um problema municipal, o que indica a necessidade de articulações comunitárias para enfrentar esse problema.

De acordo com o que você conhece sobre o tema, quem é o principal responsável pelos serviços na área de saneamento?

População 2%

74%

Prefeitura do município

12%

Governo Estadual

5%

Governo Federal

5%

Empresa Privada

Não Sabe 1%

“Saneamento salva vidas e gera economia nos gastos com saúde. Boa parte das doenças que afligem os povos da Amazônia vem da falta de saneamento e do consumo de águas contaminadas dos rios. É a maior causa da mortalidade infantil na região. Se já é difícil perder uma criança por alguma doença, em pleno terceiro milênio, nós do Saúde & Alegria jamais aceitaremos a perda de uma criança por causa de diarreias e desidratação que poderiam ser evitadas. Essa parceria vem para somar esforços no enfrentamento desses desafios, por mais Saúde e Alegria!”

Caetano Scannavino,

Coordenador Geral do Projeto Saúde & Alegria



De que forma o saneamento adequado impacta positivamente nas atividades?

Evita doenças e problemas de saúde

70%

Evita poluição de solos e rios

50%

Evita enchentes e alagamentos

34%

Canalização evita sujeira a céu aberto/Mais higiênico

30%

Evita mau cheiro

29%

Esgoto é tratado antes de chegar nos rios

24%

Evita presença de ratos

24%

Água tratada antes de chegar nos rios

21%

Evita presença de insetos

20%

A percepção dos brasileiros está de acordo com dados internacionais. De acordo com a Unicef, a falta de saneamento afeta não só a saúde, mas diversas outras áreas:

Saúde:

- Falta de saneamento causa doenças infantis e desnutrição, e estima-se que 700 crianças morrem todos os dias no mundo por culpa da falta de saneamento
- Doenças como cólera também se alastram por falta de saneamento adequado
- No Brasil, casos de dengue são mais recorrentes em áreas com baixo nível de saneamento

Educação:

- O direito à educação é afetado quando crianças não possuem instalações sanitárias adequadas nas escolas - o que é ainda pior para meninas
- Desnutrição causada por diarreias afetam o desenvolvimento de crianças e pode afetar o seu desempenho escolar

Economia:

- Doenças causadas pela falta de saneamento oneram o sistema de saúde, que é ainda mais frágil em regiões menos desenvolvidas
- Trabalhadores também se afastam do trabalho por conta de viroses e outras doenças causadas pela falta de saneamento

Gênero:

- Quando forçadas a se deslocar para locais distantes para acessar espaços adequados de higiene, mulheres ficam vulneráveis a maior risco de violência

Fonte: (Unicef, 2021)

Quando são feitos investimentos na área de saneamento, quais dos temas abaixo mais se beneficiam?

Saúde **88%**

Meio ambiente **86%**

Habitação **56%**

Geração de empregos **38%**

Turismo **32%**

Lazer (esportes e cultura) **30%**

Educação **28%**

Segurança **27%**

Aumento de renda da população **21%**

Saúde e meio ambiente são as áreas que, segundo os respondentes, mais se beneficiam de investimentos em saneamento. No entanto, educação – a habilidade de ir à escola, por exemplo – também é avaliada como afetada pela falta de saneamento.

Na sua opinião a falta de saneamento afeta negativamente as atividades abaixo:

89%

Prevenir doença

65%

Ir à escola (bons resultados)

57%

Interagir (família/amigos)

54%

Tempo livre (esportes/cultura)

51%

Emprego (manter/conseguir)



Entupimento de esgoto é ainda mais marcante no Nordeste, enquanto a presença de ratos em casa afeta em maior número quem se declara negro ou pardo.

Você já passou por algum dos problemas abaixo relacionados à falta de saneamento?

Entupimento do esgoto da casa com a rede de coleta

38%

Nordeste 44%

Presença de ratos na casa

38%

De forma espontânea, apenas 50% dos respondentes descrevem a raiz do que é saneamento. Quando estimulados a responder o que é saneamento, percebemos que as pessoas “lembram” e apontam de forma mais correta. Essa diferença mostra o quanto o assunto está “adormecido” na cabeça das pessoas.

Quando perguntados sobre o número de pessoas sem acesso à água e esgoto no Brasil:

69%

dos brasileiros subestimam o tamanho do problema

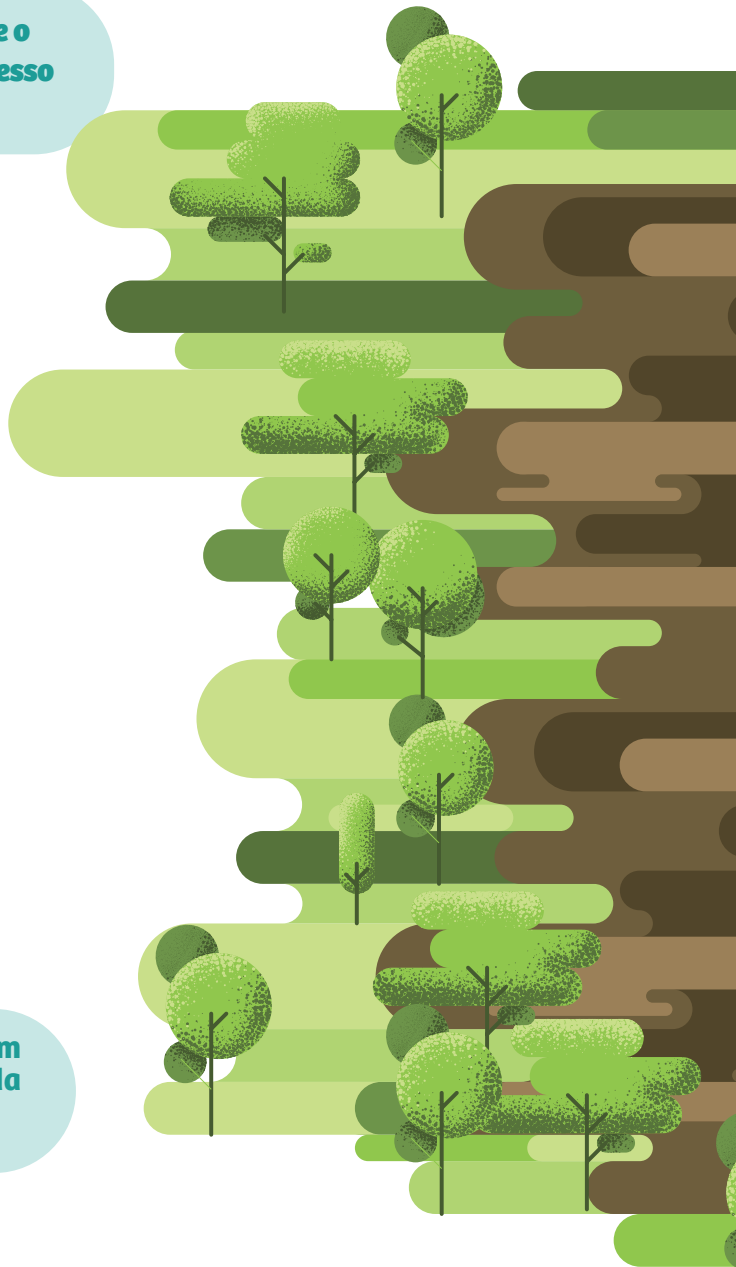
17%

dos brasileiros superestimam o tamanho do problema

14%

dos brasileiros, apenas acertam o tamanho do problema

Quase 70% subestimam um problema que ainda afeta mais de 50% da população.





4. Pesquisa: Banheiros Mudam Vidas: descobrindo como os brasileiros percebem o saneamento básico e como podemos nos engajar

“Aqui foi instalado o banheiro, ajudou muito, muito. As crianças aprenderam, ensinei como vai funcionar. Não pensamos que ia ter banheiro. Mas de repente você veio, tá instalado, estamos usando o fogaréu.”

Sebastião,

Aldeia Brilho do Sol, São Paulo, que recebeu a instalação de um banheiro que gera gás de cozinha pela parceria entre Banheiros Mudam Vidas e BioMovement

“É o primeiro banheiro que a gente tem aqui na aldeia!”

Lídia,

Aldeia Brilho do Sol, São Paulo, que recebeu a instalação de um banheiro que gera gás de cozinha pela parceria entre Banheiros Mudam Vidas e BioMovement

“Só tinha uma pia, era muito disputada. Muito! Ficava demorando e quando a gente abria ficava tudo molhado. (...) Antes, os vasos sanitários eram muito ruins, agora melhorou e tem também para crianças menores. As crianças precisavam de ajuda para ir no vaso sanitário porque era muito alto. Agora tem pra crianças e crianças de maior idade.”

Evellyn Laviny, 10 anos,

aluna da escola Manoel Alves, que recebeu a reforma de seu banheiro pela parceria entre Banheiros Mudam Vidas e Plan International

“Eu fui uma das garotas que participou da inauguração dos banheiros revitalizados na Escola Manoel Alves, que foi uma experiência mais que maravilhosa para mim e que me trouxe bastante alegria. Fiquei muito feliz em ver que as meninas terão essa oportunidade e esse privilégio que todas merecem. Me lembro que antes, os banheiros de lá não tinham espelho, o espaço era pouco, faltavam a liberdade e a privacidade, o que afetava principalmente aquelas meninas que já menstruavam, e a segurança para nós meninas. Hoje, se tornou um ótimo ambiente em que elas poderão ter toda privacidade, melhorou muito os banheiros de lá depois da revitalização, poderia dizer que ficou mais que incrível, ficou tudo muito lindo e perfeito.”

Andressa Laís,
16 anos, Teresina – PI



Conheça mais histórias de pessoas que o Banheiros Mudam Vidas alcançou nos últimos 6 anos.





4. Pesquisa: Banheiros Mudam Vidas: descobrindo como os brasileiros percebem o saneamento básico e como podemos nos engajar

Apesar dos entrevistados acreditarem que o saneamento é parte fundamental do desenvolvimento do país, a maioria possui uma posição de resignação sobre a capacidade de resolvermos o problema nos próximos anos. Essa mesma diferença entre expectativa e realidade aparece quando considerada a participação da sociedade civil. A grande maioria das pessoas esperam um engajamento de empresas no tema, porém não sabem exatamente como podem contribuir como cidadãos para resolver o problema.

Acredito que só vamos conseguir evoluir como país quando um serviço como **saneamento for universal para toda população brasileira**

90%



As empresas privadas poderiam unir esforços às esferas governamentais para criar soluções de saneamento

92%

Saneamento é um problema estrutural que **não será resolvido no curto prazo**

80%

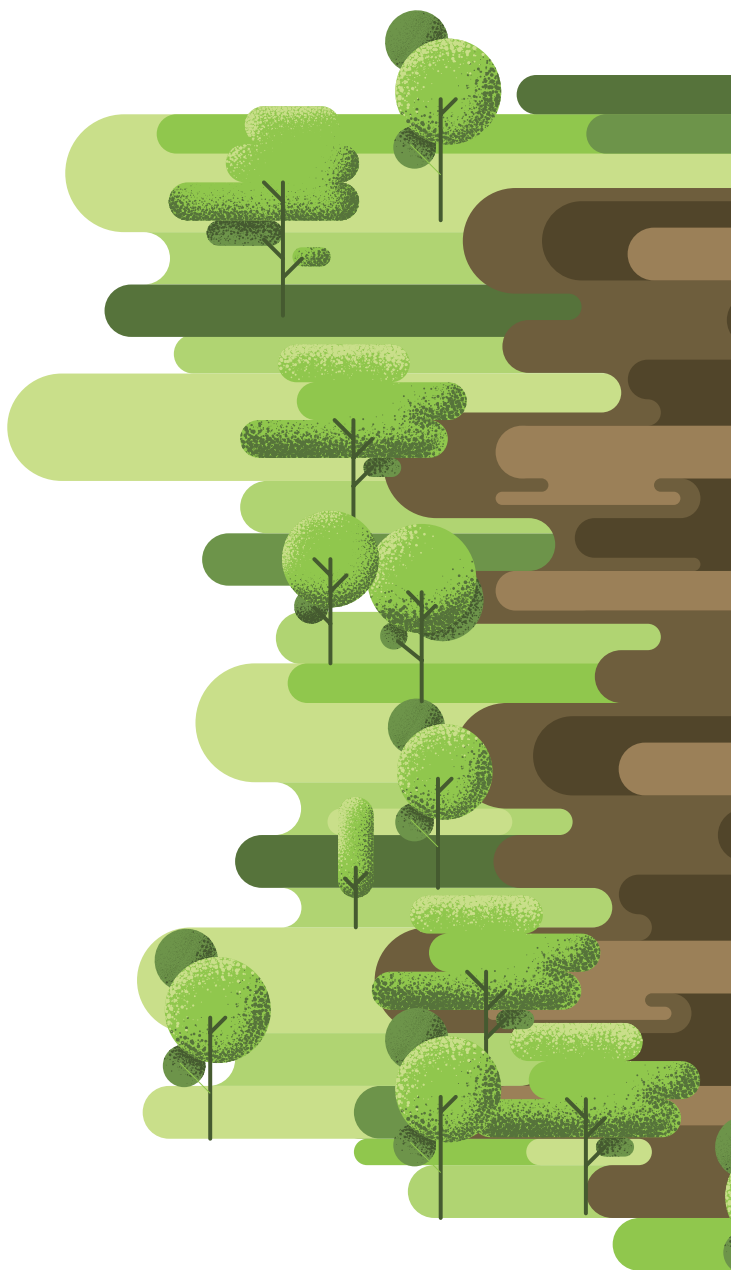


Acredito que **há muito a ser feito em relação ao saneamento**, mas não sei como posso contribuir

74%

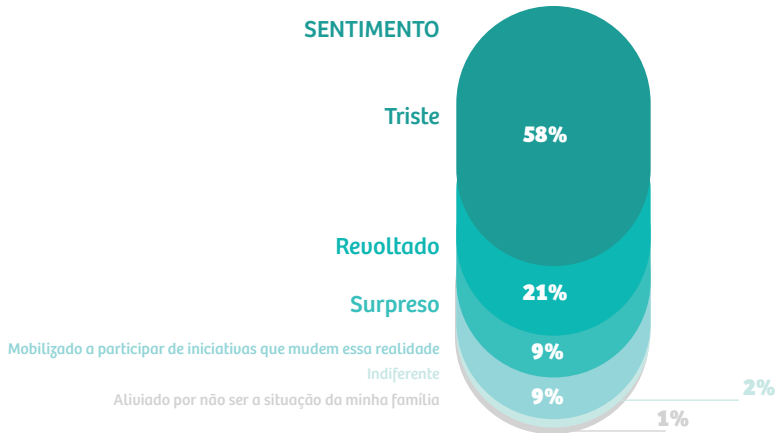
“É muito importante contar com o envolvimento e o engajamento das pessoas para poder realizar ações, ainda que pontuais ou restritas, que possam trazer melhorias na qualidade de vida, de forma concreta e imediata, para pessoas sem acesso ao saneamento. É a mobilização das pessoas - direta ou indiretamente - envolvidas que pode fomentar demandas por políticas públicas, visibilizar situações de injustiças, e contribuir para o engajamento do poder público em investimentos que possam enfrentar o tamanho do desafio do problema do saneamento no país.”

Joelma Souza,
*coordenadora do eixo
Desenvolvimento
Territorial da Redes da Maré*





Como você se sente ao ter conhecimento sobre o número de pessoas sem acesso a banheiros?



Como a sua participação / mobilização nesse tema tem o poder de mudar essa realidade?





“Hoje no Brasil milhões de pessoas vivem sem banheiro, sem água potável e sem condições de descarte adequado de esgoto - isso quando não vivem literalmente ao lado ou em cima do esgoto descartado por terceiros. Estamos falando de uma desigualdade tão acentuada que nem o direito a beber água de qualidade está garantido e em um país com mais abundância de água no mundo. Para acabar com a desigualdade social, precisamos eliminar as diferentes dimensões da pobreza. E uma das dimensões mais perversas é, sem dúvidas, a falta de acesso à água e ao saneamento. Resolvendo isso, de forma pública, coletiva e solidária, certamente estaremos dando passos largos rumo ao fim da desigualdade social em nosso país.”

Ygor Santos Melo,
*Gerente Nacional
de Áreas Sociais
da TETO Brasil*





Principais achados da pesquisa por região

Norte

- Dengue é mencionada em maior proporção como doença causada pela falta de saneamento
- Visão pessimista quanto à solução do problema de saneamento
- Maior ocorrência de problemas de saúde e presença de ratos na casa em função da falta de saneamento
- Se sentem mobilizados a participar de iniciativas que minimizem problema

Centro-oeste

- Serviço de saneamento menos ofertado: retirada de entulho

Sul

- Virose é mencionada em maior proporção como doença causada pela falta de saneamento
- Maior número de pessoas que não passaram por problemas em função da falta de saneamento



Nordeste

- Nos próximos 10 anos, segurança pública merece mais investimento
- Lazer, turismo e o aumento de renda da população são beneficiados quando há investimento em saneamento
- Relatam maior falta de tratamento de esgoto na região de moradia

Sudeste

- Identificam saneamento de forma estimulada com despoluição de rios
- Maior percepção de que falta de saneamento afeta prevenção de doenças
- Desempenho escolar, manutenção do emprego e interação com a família/amigos
- Diarreia e vômito são mencionados em maior proporção como doenças causadas pela falta de saneamento
- Maior disposição a se engajar em ONGs que tratem de saneamento
- Maior distanciamento do tema, em função de nunca ter faltado acesso ao saneamento



Identificando diferenças de opinião por gênero e raça/cor:

Apesar de ser um problema de todos, as desigualdades históricas no país em relação à raça/cor também se fazem presentes quando o assunto é saneamento. Resolver essa questão é mais um passo importante para corrigir injustiças no país e promover o desenvolvimento de todos.

Pessoas negras ou pardas são **14%** mais interessadas em se engajar em ONGs que cuidem de saneamento do que a média

Pessoas negras ou pardas relacionam a falta de saneamento ao impacto no lazer **15%** a mais do que a média

Pessoas negras ou pardas relatam já ter tido ratos em casa em decorrência da falta de saneamento **14%** a mais do que a média

“Também, no contexto de atuação da Redes da Maré, não temos como pensar a questão do saneamento, sem pensar no perfil das pessoas a quem é negado o acesso ao saneamento: mulheres, pessoas pretas, de favelas e territórios periféricos. Não há como pensar a questão do acesso a direito, de direitos ao saneamento, sem refletir sobre as questões de racismo, de desigualdades sociais e territoriais e de sexismo que estruturam nossa sociedade.

Precisamos falar sobre justiça ambiental.”

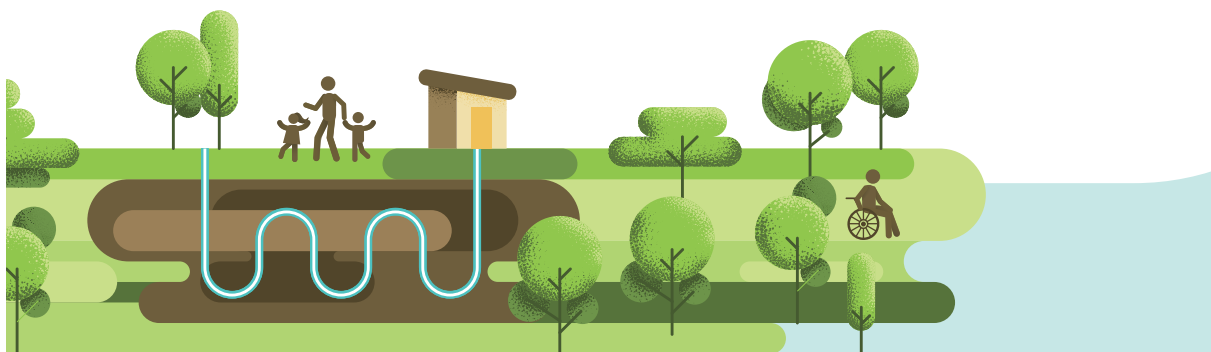
Joelma Souza,

*coordenadora do eixo Desenvolvimento
Territorial da Redes da Maré*



Gênero	Mulheres	Média	Homens
Saúde é o tema em que mais penso	36%	33%	27%
Quero me engajar em ONGs que tratam de saneamento	51%	48%	44%

Brancos x negros e pardos	Negros/Pardos	Média	Brancos
Quero me engajar em ONGs que tratam de saneamento	62% Negros / 49% Pardos	48%	46%
Saneamento tem um impacto no lazer	45% Negros / 31% Pardos	30%	27%
Tenho tratamento de água na minha residência	64% Negros / 66% Pardos	70%	74%
Tenho coleta de esgoto na minha residência	50% Negros / 52% Pardos	54%	58%
Tenho limpeza de bueiro na minha região	47% Negros / 42% Pardos	51%	56%
Quero melhorias no tratamento (abastecimento) de água	30% Negros / 32% Pardos	25%	22%
Quero melhorias na coleta de esgoto	39% Negros / 38% Pardos	34%	30%
Já tive ratos em casa em decorrência da falta de saneamento	52% Negros / 47% Pardos	38%	28%
Nunca tive problema em decorrência da falta de saneamento	11% Negros / 16% Pardos	22%	28%





4. Pesquisa: *Banheiros Mudam Vidas: descobrindo como os brasileiros percebem o saneamento básico e como podemos nos engajar*

O brasileiro percebe a gravidade do problema do saneamento, porém ou vê como algo distante da sua realidade ou como um problema crônico que dificilmente será resolvido. Da mesma forma, as pessoas querem um engajamento de empresas e sociedade civil, porém não sabem como elas mesmas podem fazer esse engajamento. É preciso aumentar ou repensar a atuação de entidades que operam no setor para galvanizar e fomentar o apoio público e promover transformações reais.

Da mesma forma, o saneamento é percebido prioritariamente como um problema municipal. Isso talvez indique a necessidade de se construir comunidades fortes e resilientes, que possam pressionar o poder público local, e desta forma contribuir para que as pessoas se engajem cada vez mais no tema.

Em maior escala, o investimento em saneamento é algo que precisa contemplar o longo prazo e a sustentabilidade do investimento. Não basta fazer projetos pontuais e não construir a resiliência das comunidades atendidas. Desta forma, enxergamos a importância de incluir as comunidades locais desde o início em projetos de saneamento, informando para o público a importância desta pauta, e exemplificando a importância da universalização do saneamento.

A nossa pesquisa indica que as desigualdades históricas do país também têm um impacto quando o assunto é saneamento. Porém, a pandemia trouxe um senso de comunidade e importância da saúde pública, portanto os próximos anos serão um momento propício para unir o país em torno deste tema. As pessoas entendem que o país precisa resolver seu problema em saneamento para dar um passo além; agora é hora de arregañar as mangas e ir em frente. O desafio: manter e ampliar o apoio entre a população que não sofre diretamente com isso.







5.

Uma Máquina do tempo para o Brasil

Quando pensamos no século XIX, imaginamos mulheres de vestidos longos, bondes pelas ruas e música tocada pelos modernos gramofones. Tudo bem diferente do que vivemos hoje. Mas, a verdade é que nem tudo mudou para todos. Muitos brasileiros ainda convivem com uma realidade bem próxima do século antepassado. E não são poucos. Mais de 4 milhões de brasileiros não têm banheiros em suas casas, mais de 34 milhões não têm acesso à água potável e quase 100 milhões não contam com coleta e tratamento de esgoto.

Todas essas carências são ligadas a uma só questão, a falta de saneamento básico. Os serviços de tratamento de água e esgoto são invisíveis para muitas pessoas, porque correm embaixo da terra,

mas os problemas que sua ausência traz saltam aos olhos de qualquer um.

- **Doenças: pessoas que convivem com esgoto a céu aberto contraem diversas doenças, tais como diarreia, dengue e hepatite.**
- **Baixo rendimento escolar: crianças com problemas de saúde têm dificuldade para aprender e, frequentemente, abandonam a escola.**
- **Poluição: esgoto não tratado contamina o solo e deságua nos rios, poluindo as águas.**



artigo de **Paula Fabiani**,
CEO IDIS – Instituto para o
Desenvolvimento do
Investimento Social

Onde você pode se informar mais

Blog do Instituto Trata Brasil:

www.tratabrasil.org.br/blog-wp

Mantido pela ONG cuja missão é contribuir para a melhoria da saúde da população e a proteção dos recursos hídricos do país através da universalização do acesso aos serviços de água tratada, coleta e tratamento dos esgotos.

Blog Saneamento em Pauta:

<https://blog.brkambiental.com.br/>

Mantido pela BRK Ambiental, empresa canadense de saneamento que atua no Brasil

Portal do Saneamento Básico:

<https://saneamentobasico.com.br/>

Site com notícias sobre saneamento básico





Os serviços de tratamento de água e esgoto são invisíveis para muitas pessoas, porque correm embaixo da terra, mas os problemas que sua ausência traz saltam aos olhos de qualquer um.

- **Enchentes: o acúmulo de esgoto e lixo entope os bueiros e as águas das chuvas não são drenadas.**
- **Desigualdade social: pessoas que vivem sem saneamento básico aprendem menos, adoecem mais e têm renda mais baixa.**

Por todos esses motivos, o acesso universal ao saneamento básico tem um Objetivo de Desenvolvimento Sustentável da ONU só para ele. É o Objetivo número seis e todos podemos colaborar para que o Brasil consiga cumprir a meta até 2030.

Talvez você esteja pensando que um indivíduo sozinho não pode fazer nada, mas não é verdade. Qualquer um pode fazer, e muito. Pode fazer como doador, procurando uma organização social que trabalhe pela ampliação do saneamento básico no país e contribuindo com ela. Se você puder doar recursos financeiros, ajuda muito. E se

conseguir também doar trabalho voluntário, vai ajudar ainda mais.

Pode fazer como consumidor, preferindo adquirir produtos de empresas que destinem investimento social privado para a melhoria do saneamento básico no Brasil.

Pode fazer como cidadão, ao escolher e acompanhar o trabalho de lideranças comprometidas em destinar recursos para o saneamento básico.

E pode fazer como ser humano, preocupando-se com o assunto, se informando, conversando com os amigos e colaborando para que mais pessoas se importem com esse problema.

São várias formas de ajudar o país a sair do século XIX e construir um século XXI mais justo para todos.



Onde você pode descobrir a sua causa e encontrar organizações sem fins lucrativos que trabalhem com saneamento:

Descubra Sua Causa: www.descubrasuacausa.net.br

Teste desenvolvido pelo IDIS que ajuda a identificar sua causa e encontrar organizações que atuam nas suas áreas de interesse.

Atados: www.atados.com.br

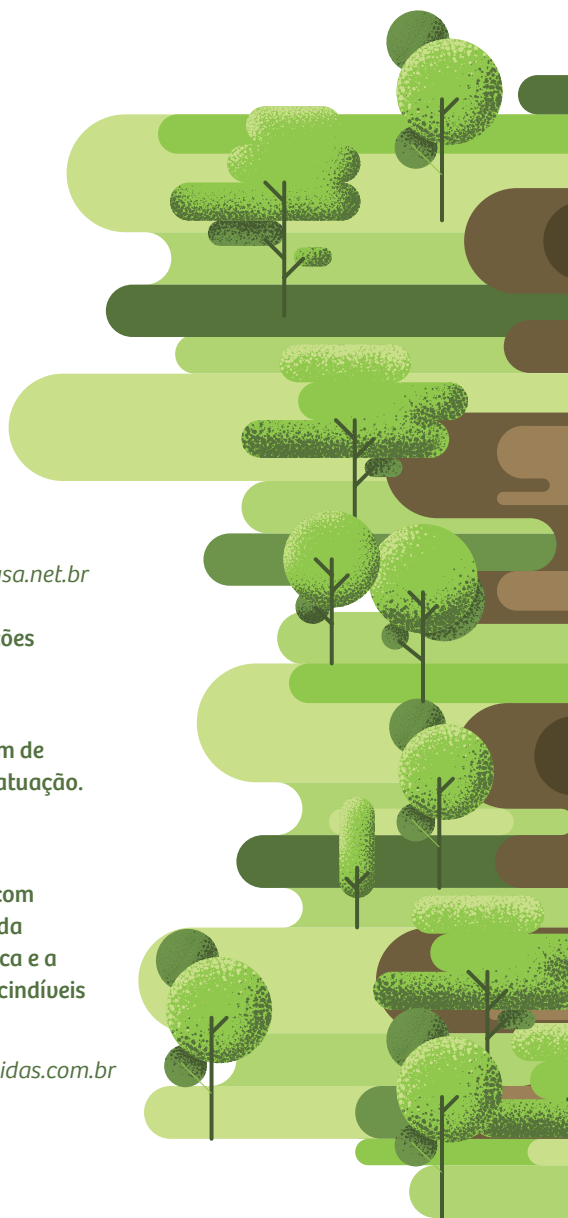
Portal que reúne organizações que necessitam de voluntários. É possível procurar por área de atuação.

Instituto Democracia e Sustentabilidade:

www.idsbrasil.org/

Organização de interesse público que conta com parceiros e redes da sociedade civil organizada para fomentar soluções. Entende que a política e a participação cidadã democrática são imprescindíveis para alcançar a sustentabilidade.

Banheiros Mudam Vidas: banheirosmudamvidas.com.br





6.

Metas: os compromissos de Kimberly-Clark para os próximos anos

Sabemos que muito precisa ser feito para resolver o problema do saneamento no Brasil, e somente com o apoio de toda a sociedade – empresas, consumidores, governo e sociedade civil organizada – conseguiremos enfrentar este desafio. Por isso o Banheiros Mudam Vidas, a partir de 2021, se posiciona como um articulador de diversos atores. Com a nossa pesquisa inédita, temos um panorama de como o brasileiro enxerga o tema e vamos trabalhar com nossos parceiros para aumentar a inclusão e engajamento da sociedade nos próximos anos.

Nossas metas até 2030:

Ampliar o bem-estar de comunidades carentes e vulneráveis em todo o mundo, ajudando 1 bilhão de pessoas

Dentro de um contexto maior, o Banheiros Mudam Vidas faz parte do compromisso da Kimberly-Clark de impactar diretamente 1 bilhão de pessoas em comunidades carentes ou vulneráveis até 2030. Até agora, no Brasil, já atingimos mais de 1.2 milhões de pessoas.

Com a nova fase do projeto, que se posiciona como um articulador de parceiros que atuam com o tema do saneamento, esperamos beneficiar direta ou indiretamente mais milhares de pessoas por meio de intervenções, obras, reformas e material educativo sobre saneamento básico e higiene.

Conheça os compromissos de Kimberly-Clark e suas marcas:



Diminuir as Emissões de Carbono

Alinhada com as metas do Acordo Climático de Paris, a companhia está comprometida em reduzir as emissões de carbono e de gases de efeito estufa de suas operações e cadeia de suprimentos em **50%**, em comparação ao ano-base de 2015. Atualmente, **100%** das emissões geradas nas operações da América Latina estão dentro dos parâmetros estabelecidos pela legislação.



Proteger as Florestas

A Kimberly-Clark manterá sua meta de reduzir a pegada florestal natural em **50%**, permitindo que os ecossistemas florestais naturais restantes do mundo ajudem a resolver a biodiversidade e as crises climáticas. A companhia manterá sua meta de reduzir a pegada de fibras florestais naturais (norte) em **50%** até 2025 e oferecerá soluções alternativas de fibra que reduzem a pegada de carbono de seus produtos.



Reduzir o uso de Plásticos

A Kimberly-Clark pretende reduzir o uso de plástico virgem à base de fósseis em **50%**, fornecendo soluções que utilizam materiais mais renováveis e que possam promover soluções regeneráveis após o uso. Continuaremos a promover iniciativas para reduzir a quantidade de resíduos e incluí-los nas cadeias de economia circular.



Reduzir a Pegada Hídrica

A companhia tem como meta reduzir sua pegada hídrica em **50%**, criando melhorias significativas na cadeia de suprimentos e nas comunidades vizinhas.



7.

Como Banheiros Mudam Vidas evoluiu nos últimos 6 anos

Em 2015, a Kimberly-Clark passou a atuar para apoiar na melhoria do saneamento e engajar seus consumidores em relação ao tema, com o lançamento do piloto “Baños Cambian Vidas” na Bolívia. Desde então, o programa já impactou positivamente a vida de mais de 1,3 milhões de pessoas na América Latina, investindo mais de US\$ 2,3 milhões para promover o acesso ao saneamento básico na região. Atualmente, está presente em 12 países no mundo todo, onde também é conhecido como “Toilets Change Lives”.

Em 2016, a iniciativa chegou no Brasil como “Banheiros Mudam Vidas”, e nos últimos cinco anos solidificou-se, aumentando seu impacto.





“A falta de saneamento impacta a saúde, segurança e dignidade de bilhões de pessoas no mundo todo, e só no Brasil são 100 milhões de pessoas sem coleta de esgoto e 35 milhões sem acesso à água potável. Contribuir para que comunidades tenham acesso a banheiros e educação para a higiene pode mudar o futuro destas pessoas drasticamente. Ficamos orgulhosos dos resultados já atingidos com Banheiros Mudam Vidas, mas também sabemos que ainda há muito que precisa ser feito”.

Kenneth Hylton,

*Diretor de marketing Kimberly-Clark
para Family Care na América Latina*





Kimberly-Clark passa a fomentar ações globalmente na área de saneamento, por meio da plataforma Toilets Change Lives. Seis anos depois, a ação está presente em 12 países e impactou 1,5 milhão de pessoas.

Primeira ação do Banheiros Mudam Vidas no Brasil, desenvolvido pela Neve® em parceria com a Unicef, impactando 230 mil pessoas na Amazônia Legal.

2015:

2016:



Neve



Segunda etapa do programa Banheiros Mudam Vidas, que passou a contar com empreendedorismo social como forma de aumentar seu impacto. Investimos em uma nova tecnologia que fez parte de um projeto piloto na região de Milagres do Maranhão, que tem um dos mais baixos IDHs do país. A região recebeu o modelo de banheiro seco com a tecnologia chamada bason, que independe de esgotamento sanitário e abastecimento de água para funcionar. A tecnologia foi disponibilizada gratuitamente para regiões que desejassem replicá-la.

2017:



O projeto ganha em escopo, passando a contar com um edital para buscar iniciativas de empreendedorismo social com foco no desenvolvimento de soluções na área de saneamento básico.

2019-2020

O edital em números:

mais de **100** inscrições

10 iniciativas pré-selecionadas **4** iniciativas selecionadas

5 meses

com mentoria e formação com mais de 80 profissionais voluntários da Kimberly-Clark, em parceria com Sense-Lab e Instituto Iguá.

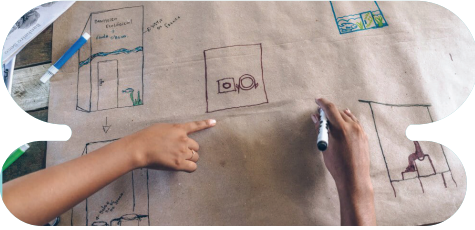
6 meses

de mentoria adicional

R\$50 mil

em capital semente para cada iniciativa selecionada

As iniciativas apoiadas no edital Banheiros Mudam Vidas:



Taboa Engenharia:

Negócio social que nasceu do compromisso com a melhoria da situação do saneamento no Brasil. A solução apresentada pela Taboa para o edital passa por mobilização comunitária, elaboração de planos com soluções técnicas adequadas a cada realidade, construção em mutirão e capacitação.



Biosaneamento:

Organização social que tem como propósito a universalização do saneamento básico através do engajamento de diversos agentes da sociedade. Trouxe para o edital tecnologias inovadoras de coleta e tratamento de esgoto com a construção de biodigestores.



BioMovement:

Tem a missão de levar dignidade às pessoas por meio da inovação e da tecnologia. A solução apresentada para o edital foi a implantação de sistemas HomeBiogas Bio-Toilet em comunidades desconectadas da rede de esgoto.

10Envolver:

Iniciativa do Grupo de Extensão e Pesquisa em Agricultura Familiar (GEPAF) da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), composta por uma equipe interdisciplinar. A solução apresentada foi a promoção de acesso ao saneamento básico à agricultores em municípios de baixo IDH-M, por meio da difusão de tecnologias sociais, do fomento de políticas públicas e da promoção de educação ambiental.

Outras ações realizadas em 2020:

Documentário Banheiros Mudam Vidas:

Em outubro de 2020, lançamos em parceria com a Playground um minidocumentário, com o objetivo de conscientizar as pessoas sobre as deficiências do saneamento básico no Brasil.

Dia do Banheiro:

Em 19 de novembro, dia em que as Nações Unidas estabeleceram como o Dia Mundial do Banheiro, para promover a conscientização sobre a falta de saneamento básico no mundo, convidamos o artista paraense Ritchelly Oliveira para produzir uma série de ilustrações realistas que transmitem a experiência da falta de saneamento.



O ano começou promissor, com uma parceria entre Banheiros Mudam Vidas e Plan International, que permitiu a reforma de banheiros em escolas públicas de Teresina.

2020-2021

Parceiros que terão projetos apoiados

Plan International:

Organização independente de causas humanitárias e desenvolvimento que trabalha pelo direito das crianças e igualdade para meninas. A doação contribuirá com a reforma de três banheiros escolares na zona rural de Teresina-PI, e com a difusão de conhecimentos sobre higiene básica, hábitos saudáveis, saúde menstrual e igualdade de gênero.

Redes da Maré:

Instituição da sociedade civil que tem por missão tecer as redes necessárias para efetivar os direitos da população do conjunto de 16 favelas da Maré, no Rio de Janeiro. A doação vai contribuir para a construção do banheiro público dentro do Galpão de Referência, o novo espaço de convivência para pessoas em situação de rua e extrema precariedade na comunidade da Maré, no Rio de Janeiro.

Ainda em 2021, Banheiros Mudam Vidas teve sua estreia como articulador, reunindo parceiros importantes ao redor de diálogos e soluções para o saneamento básico no Brasil. Conheça os novos parceiros da iniciativa e os projetos que serão fomentados com doações:

Teto:

ONG que, através do trabalho em conjunto com moradores e jovens voluntários, constrói moradias de emergência e soluções de infraestrutura, como banheiros modulares com biodigestores, nas comunidades mais precárias e invisíveis do país. A doação vai contribuir para a instalação de banheiros comunitários com biodigestores em comunidades vulneráveis, levando saneamento básico aos moradores.

Water.org:

Organização global sem fins lucrativos que auxilia famílias a terem água potável e saneamento por meio de financiamento acessível. A doação vai contribuir para o fornecimento de microcrédito para famílias vulneráveis que permitirá acesso a água ou construir seus próprios banheiros

Projeto Saúde e Alegria:

Iniciativa civil sem fins lucrativos que atua na Amazônia brasileira com o objetivo de apoiar o desenvolvimento comunitário integrado. A doação vai contribuir para a instalação de banheiros em uma base de campo para famílias de comunidades tradicionais ribeirinhas na Floresta Nacional do Tapajós, no Pará.

Abes:

A Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental, seção São Paulo, é uma organização não governamental sem fins lucrativos, que tem como principal objetivo contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, por meio do conhecimento.

Pacto:

O Pacto Global das Nações Unidas é uma chamada para as empresas alinharem suas estratégias e operações a 10 princípios universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção.



8.

O que **Kimberly-Clark** e **Neve** têm feito

Tudo o que fazemos na Kimberly-Clark está ligado à nossa cultura de cuidado. Ao nos aproximarmos de nosso 150º ano no mercado, continuamos comprometidos em melhorar as comunidades em que trabalhamos e vivemos. Trabalhamos juntos para promover ideias inovadoras e buscar mudanças de longo prazo, enquanto buscamos criar valor social, ambiental e financeiro. Por meio de nossos produtos e programas, buscamos fornecer itens essenciais. Iniciativas de Kimberly-Clark:



IMPACTO SOCIAL

- Pensar no futuro das próximas gerações nunca foi tão importante e acreditamos que os próximos dez anos serão decisivos para o nosso negócio; precisamos refletir sobre os impactos de nossos produtos no meio ambiente. Estamos investindo em programas sociais que geram significado e mudanças duradouras.
- Por meio de nossos programas de conformidade social, garantimos que os nossos colaboradores e os funcionários de nossos fornecedores sejam tratados com respeito, e que nossos padrões de desempenho para os direitos humanos sejam cumpridos por meio de nossos programas de conformidade social.
- A Kimberly-Clark conta com práticas sustentáveis que apoiam um planeta saudável, constroem comunidades mais fortes e garantem que a empresa prospere nas próximas décadas.
- Em 2020, o número de vidas impactadas pela Kimberly-Clark cresceu 350% em relação ao ano de 2019 na América Latina, por meio de programas sociais proprietários como Banheiros Mudam Vidas, Um Abraço para Cada Bebê e a iniciativa Ela Pode.
- Ações em parceria com ONGs como Plan International, a Cruz Vermelha e Bancos de Alimentos, por exemplo, atingiram 1,7 milhão de vidas no período, incluindo profissionais de saúde da linha de frente e comunidades vulneráveis na região. Além disso, um total de 11 milhões de unidades de produtos foram doados como parte dos esforços de assistência no combate à COVID-19, equivalentes a US\$ 1 milhão em papel higiênico, fraldas e produtos de higiene feminina.
- No Brasil, em 2021, as doações já somam mais de 7 milhões de itens como fraldas da marca Huggies, roupas íntimas para adultos da marca Plenitud e absorventes da marca Intimus, destinadas a instituições como Mesa Sesc Brasil, Plan International, ONG Aldeias Infantis SOS e Arca+.



ENERGIA E CLIMA: FLORESTAS E FIBRAS

- Utilizamos práticas sustentáveis que apoiam um planeta saudável e garantem que nossos negócios prosperem nas próximas décadas.
- Estamos reduzindo a pegada ambiental da empresa por meio de programas florestais e de fibras, energia e clima e de manejo de recurso hídrico.
- Estamos reduzindo nossos impactos nas florestas por meio de compras responsáveis.
- Estamos criando uma cultura de conservação de energia por intermédio de nossos programas de clima e energia.
- Estamos mitigando nossos riscos hídricos por meio de uma estratégia de relacionamento com diversas stakeholders.

FLORESTAS E FIBRAS CERTIFICAÇÃO FSC®

- Depois que a K-C lançou a Política Global de Fibras, em 2009, um dos principais grupos ambientais, o Greenpeace, reconheceu a companhia como líder no mercado em uso responsável de fibras e proteção florestal.
- A K-C tem preocupações quanto aos impactos na biodiversidade e no armazenamento de carbono em florestas naturais primárias à medida que são convertidos em florestas plantadas (árvores manejadas para o fim de consumo, ou seja, não são espécies nativas, por exemplo, o cultivo do eucalipto), o que leva a empresa a usar apenas insumos ambientalmente preferidos (EPF) nos produtos globais de tissue.
- Atualmente, a K-C possui como meta usar 100% de fibra virgem de fornecedores certificados, fibra reciclada ou fibra natural alternativa, até 2025.

FLORESTAS E FIBRAS CERTIFICAÇÃO FSC® (CONTINUAÇÃO)

- Hoje, 100% das linhas de produtos tissue Brasil possuem a certificação FSC®*. Esta certificação iniciou-se em 2009 e hoje todas as fibras consumidas na fabricação destes produtos são certificadas FSC®.
- Esta iniciativa garante a comercialização de produtos com atributos sustentáveis, atestando que as fibras de origem florestal que integram nossos produtos certificados originam-se de florestas que possuem um manejo florestal socialmente justo, ambientalmente correto e economicamente viável.

* Procure por nossos produtos certificados FSC® (FSC® C105374).

RESÍDUOS E RECICLAGEM E CADEIA DE FORNECIMENTO

- Estamos criando valor para nossos negócios e nossos acionistas desde o fornecimento de nossos materiais até a prateleira.
- Estamos inovando para prolongar a vida de nossos produtos e embalagens.
- Estamos ampliando nossa mentalidade de resíduo zero em toda a cadeia de valor para criar um modelo de negócios de economia circular.
- Nossa aspiração é desviar materiais de nossos oceanos e aterros sanitários e mantê-los na cadeia de valor para usos secundários e benéficos, por meio da inovação em produtos, fornecedores e sistemas externos.
- Globalmente, continuaremos a apoiar e aumentar os programas de reciclagem, como How2Recycle, OPRL e REDcycle, para conscientizar os consumidores sobre o descarte responsável.
- Estamos buscando maneiras de aumentar o conteúdo reciclado pós-consumo em nossas embalagens plásticas, com a meta de que 100% de nossas embalagens sejam recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis até 2025.



CADEIA DE SUPRIMENTOS

- Os nossos valores descrevem o compromisso da Kimberly-Clark de operar de forma ambientalmente ética e socialmente responsável.
- As Normas de Conformidade Social do Fornecedor exemplificam a variedade de acordos e compromissos obrigatórios aos quais os fornecedores são responsáveis ao interagir com a Kimberly-Clark, e incluem:

Liberdade de associação e negociação coletiva

Proteção contra o trabalho infantil

Proibição de trabalho forçado e de abuso do trabalho

Proibição de discriminação

Horário de trabalho, salário e benefícios

Proteção do meio ambiente

Integridade nos negócios

Minerais de conflito

PEGADA HÍDRICA

- Medir o consumo de água foi o ponto de partida para tornar a produção mais eficiente. A partir de uma parceria com a ONG The Nature Conservancy, a K-C realizou o cálculo da sua “pegada hídrica”, indicador que aponta a quantidade de água utilizada na fabricação de um produto.

PEGADA HÍDRICA (CONTINUAÇÃO)

- A fábrica de Mogi das Cruzes/SP foi a escolhida para realizar esse estudo, tendo como base o ano de 2014. O resultado foi determinante para estabelecer a compensação para o impacto ambiental relativo à captação e devolução de água para o rio Tietê. A última fase desse projeto foi realizada em 2017. Uma compensação ambiental foi realizada em 32 hectares do município de Salesópolis, importante região para a proteção dos mananciais do rio Tietê. Naquele ano fez-se o plantio de aproximadamente 50 mil mudas de árvores nativas recompondo a reserva legal de propriedades rurais que estavam carentes desta correção.
- A captação de água nas fábricas de papel da Kimberly-Clark, registrou uma melhora de 27% em 2018 em comparação a 2014 e conseqüentemente uma economia acumulada de cerca de 1.500.000m³, tendo como base o projeto de compensação ambiental e também contando com ajustes e modernização nos maquinários da estação de tratamento de efluente.
- Com esse avanço nas unidades de fabricação de papel, cerca de 60% recircula e volta para o processo, enquanto a outra parte é tratada e volta para o rio. Apesar de a celulose ser a principal matéria prima, a água é coadjuvante importante do processo produtivo para a formação de papéis. Isso significa que o volume de água captado, é utilizado no processo e, na seqüência, devidamente tratado e devolvido ao rio. A estação de tratamento de efluentes faz um papel importante, pois realiza o tratamento que garante que a água devolvida ao corpo d'água esteja dentro dos parâmetros legais. Isso possibilita seguir buscando a melhoria contínua na captação deste importante recurso.
- Em 2020, as unidades de Suzano (SP) e Camaçari reforçaram o projeto de captação de água da chuva para utilização em atividades de limpeza das unidades.



PROJETO PESCAR

- A parceria da K-C com a Fundação Projeto Pescar proporciona formação socio-profissionalizante de jovens de baixa renda, entre 16 e 19 anos.
- O programa é composto por treinamento técnico e desenvolvimento pessoal, ministrado por colaboradores voluntários da K-C. Cada turma conta com uma carga horária de 800 horas durante 11 meses.
- Até agosto/2019, 32 colaboradores participaram como voluntários ativamente, além dos mais de 100 funcionários envolvidos de alguma forma no projeto.
- 109 jovens concluíram o projeto nas 5 últimas edições do programa.
- Hoje, 20 jovens que já participaram do projeto trabalham na K-C.

KC CULTIVA

- O projeto K-C Cultiva colabora com o desenvolvimento de crianças e adolescentes apresentando conteúdos sobre Meio Ambiente e Sustentabilidade, Carreira, Saúde e Cultura na Escola Estadual Professor Francisco de Souza Melo, no bairro Botujuru, em Mogi das Cruzes, ministradas por colaboradores voluntários da K-C.
- O projeto existe desde 2013 e cerca de 600 crianças e jovens são beneficiados anualmente.
- 7 alunos já foram contratados como jovens aprendizes.
- A cada ano, cerca de 20 colaboradores são voluntários do projeto.
- O projeto também conta com parceiros como SENAI, Lions Club, Polícia Militar, Corpo de Bombeiros, banda Praticatatum e Aliança RH Consultoria em Recursos Humanos ao longo do ano.

INICIATIVA ELA PODE (INTIMUS)

- A campanha Chega de Estigma, lançada em 2020, foi uma das maiores já realizadas por Intimus na América Latina. Como parte das ações da campanha, a marca lançou a iniciativa Ela Pode, que reforça o programa mais recente de engajamento da marca na América Latina.
- Trata-se de uma plataforma de Intimus que reúne todas as ações sociais da marca, baseada nos três pilares de atuação da estratégia global que são: questionar os estigmas da menstruação, garantir o acesso à educação sobre higiene íntima e abrir portas para cerca de 1,4 milhão de meninas e mulheres buscarem seus sonhos.

MOVIMENTO EU SOU UM NOVO CICLO (INTIMUS)

- Intimus, marca de cuidados femininos da Kimberly-Clark, nos últimos anos vem trabalhando com ações para levar informações sobre menstruação como forma de conscientizar toda a sociedade sobre a naturalidade do tema, a fim de questionar o estigma em torno do ciclo menstrual.
- Em março de 2021, lançou o movimento Eu Sou Um Novo Ciclo, que é uma continuação do movimento #ChegadeEstigma, realizado em 2020, no qual a marca convidou a sociedade para uma conversa sobre o estigma da menstruação, com uma série de ações para gerar debate e questionar os julgamentos impostos a alguns comportamentos da mulher. Agora, como parte dessa evolução, Intimus propõe a continuidade dessa conversa a partir da visão de meninas mais jovens sobre o estigma da menstruação.



MOVIMENTO EU SOU UM NOVO CICLO (INTIMUS) (CONTINUAÇÃO)

- Como parte das ações do movimento, a marca realizou A Casa do Novo Ciclo, em abril. Em formato 100% digital, a ação reuniu um time de oito embaixadoras, além de convidadas e uma ginecologista, que vivenciaram experiências e compartilharam aprendizados relacionados ao ciclo menstrual, incentivando o debate sobre o estigma da menstruação. Em maio, para marcar as celebrações do Dia da Higiene Menstrual, Intimus fez um convite à toda sociedade em parceria com a Plan Internacional. Por meio de uma pulseira que representa o ciclo menstrual, com 28 bolinhas, sendo 5 pintadas de vermelho que representa os dias da menstruação.
- A pulseira foi idealizada pela Wash United, ONG alemã sem fins lucrativos, com o objetivo de conscientizar a todos que nenhuma menina ou mulher pode ser impedida de realizar seus sonhos por ficar menstruada.
- Essa iniciativa está alinhada ao propósito da marca, de atuar de forma a melhorar a relação das mulheres com a menstruação e o próprio corpo, além contribuir com informações e acesso a produtos de higiene.
- Com a Plan International, a marca apoia também o projeto de capacitação da Escola de Liderança para Meninas de Teresina, que visa abordar temas como autocuidado e saúde menstrual. Para marcar o Dia da Higiene Menstrual, foi preparada uma programação especial, focada em questionar os estigmas da menstruação, que contou com a presença de mulheres da comunidade da zona rural de Teresina, para receber apoio educacional e profissional na compra de material para confeccionar as pulseiras, e assim, sensibilizar as comunidades sobre o tema e a geração de renda local.

- A marca assumiu o compromisso social, a fim de ajudar a combater a situação de vulnerabilidade social de meninas e mulheres que não têm acesso a produtos de higiene íntima, e assim, diminuir a pobreza menstrual.
- No último ano, em parceria também com a Plan Internacional e a ONG Arca+, Intimus realizou a doação de 1,8 milhão de absorventes e protetores diários, além de milhares de cartilhas sobre educação menstrual, também disponível no site da marca e no da Plan Internacional, para mais de 40 mil mulheres e meninas que vivem em situação de vulnerabilidade na Bahia, Piauí, Maranhão e São Paulo. Novas ondas estão previstas.
- Durante todo o segundo semestre de 2020, a marca também distribuiu 2,5 mil vouchers de consultas ginecológicas on-line e gratuitas para as mulheres e meninas dessas regiões, em parceria com o Cia. Da Consulta.

PROJETO CARBON FREE

- O programa Carbon Free é oferecido pela locadora Moida, parceira da Kimberly-Clark, e tem como objetivo neutralizar 100% do CO² emitido pela frota de veículos usada pela companhia no Brasil.
- A iniciativa vai ao encontro da meta da Kimberly-Clark de reduzir, nos próximos 10 anos, a pegada de carbono de suas operações e da cadeia de suprimentos de suas marcas, como Huggies®, Kleenex®, Neve®, Scott®, Intimus® e Plenitud®, em 50% para emissões absolutas de GEE (gases do efeito estufa). O compromisso também inclui uma redução de 20% nas emissões absolutas de GEE de produtos e serviços adquiridos e o tratamento de fim de vida útil de produtos vendidos.



PROJETO CARBON FREE (CONTINUAÇÃO)

- A primeira etapa do projeto Carbon Free já está em andamento e tem como objetivo fazer um levantamento das emissões de CO² que são geradas pelos cerca de 330 carros usados pela companhia, distribuídos entre a frota comercial utilizada pelo time de vendas e os veículos usados por executivos. O processo vai calcular, ao longo de quase um ano, qual é o volume de CO² proveniente da queima de combustíveis fósseis no dia a dia do deslocamento dos veículos.
- Com esse levantamento em mãos, a companhia vai iniciar a segunda etapa do projeto: junto com a Mouda e com a Fundação Black Jaguar, vai planejar o plantio de mudas nativas que vão neutralizar as emissões geradas pela frota, ou seja, remover da atmosfera a mesma quantidade de gases de efeito estufa que é emitida.
- A estimativa inicial é que cerca de 300 mil árvores serão plantadas nos próximos anos com o objetivo de neutralizar as emissões da frota. As espécies de árvores que serão cultivadas pertencem ao bioma nativo da região do Santana do Araguaia, no Pará, que fica em uma zona de transição entre Amazônia e Cerrado.

CENTRO DE REFERÊNCIA SOCIOAMBIENTAL MATA ATLÂNTICA (CRSMA)

- A Kimberly-Clark instalou seu Centro de Distribuição na cidade de Mogi das Cruzes, no bairro Taboão, em 2007. Essa iniciativa visa preservar o corredor ecológico que fica entre a Serra do Mar e Serra do Itapeti e faz parte da estratégia de Responsabilidade Social e cuidados com o meio ambiente. No mesmo ano, a Kimberly-Clark iniciou o reflorestamento dessa área com o plantio de árvores nativas, totalizando 12 mil mudas, resultando no retorno de diversas espécies que não eram mais localizadas no local.
- Centro de Referência Socioambiental Mata Atlântica, realizou um diagnóstico da área do CRSMA, desde o estudo do bioma, avaliação do ecossistema, mapeamento dos animais em extinção, entre outros pontos.

CENTRO DE REFERÊNCIA SOCIOAMBIENTAL MATA ATLÂNTICA (CRSMA)

(CONTINUAÇÃO)

- Atualmente, a instituição parceira é a Universidade de Mogi das Cruzes (UMC) junto da FAEP (Fundação de Amparo ao Ensino e Pesquisa). Essa parceria acontece por meio da Fundação de Apoio ao Ensino e Pesquisa com o financiamento de bolsa de estudos em iniciação científica.
- O projeto já catalogou 19 espécies entre mamíferos e répteis na área do CRSMA, de pequeno e médio porte, gerando inúmeras informações sobre o estado de conservação das áreas florestais localizadas no entorno da empresa. Além disso, o projeto tem como proposta avaliar a conservação do bioma e como a recuperação do ecossistema da região permite que outras espécies passem a viver no local.
- Os estudos realizados pelo CRSMA na região resultaram na elaboração de Políticas Públicas de Conservação, Preservação e Restauração da biodiversidade da Bacia Hidrográfica do Alto Tietê.
- O CRSMA também se uniu à Prefeitura de Mogi das Cruzes e Suzano para oferecer oficinas de conhecimentos básicos sobre educação ambiental e trilhas para as crianças de até 6 anos e que são estudantes das escolas públicas da cidade. As ações, lideradas pelos estagiários, visam proporcionar uma experiência sensorial às crianças, que conhecem diversas espécies de plantas e animais e assim, ampliam sua consciência para a importância da preservação da fauna e flora.



PROJETO TMS

- A equipe de Supply Chain implantou o projeto TMS – Transportation Management System –, uma ferramenta logística que automatiza o processo de planejamento de transporte com foco no aumento da eficiência dos transportes e otimização dos recursos. Os principais resultados são o aumento da ocupação dos veículos, sua menor utilização e redução das distâncias percorridas para realizar as entregas.

ATERRO ZERO

- Sabendo que a proliferação de resíduos sólidos e lixos em aterros sanitários acaba prejudicando os nossos recursos naturais, tornando-os mais escassos, a Kimberly-Clark elaborou um projeto chamado “Índice de Valorização de Resíduos – Aterro Zero”, que significa que qualquer resíduo que seja gerado dentro de nossas instalações deve ser desviado de aterros.
- Essa é uma iniciativa que visa minimizar os impactos ambientais em termos de área ocupada, gerando benefícios para todos. Além disso, apoia a economia circular, gerando mais materiais para reciclagem e alimentando essa cadeia.
- As fábricas das cidades de Camaçari (BA) e Suzano (SP) atingiram a meta de se tornar “Aterro Zero” em setembro de 2019. Em 2020, foi a vez da planta de Mogi das Cruzes (SP) atingir o marco de “Aterro Zero”. Com isso, hoje, 100% dos resíduos gerados na produção de todas as plantas da K-C no Brasil podem ser reaproveitados de alguma forma, fazendo com que a operação não descarte mais rejeito em aterros sanitários.
- Zerar o envio de materiais excedentes para aterros era parte das metas globais de sustentabilidade da companhia, detalhadas na sua Visão 2022. Desta forma, o Brasil alcançou esta meta dois anos antes do previsto pela visão da companhia
- Para acompanhar a evolução dessa iniciativa, a Kimberly-Clark inovou ao criar um índice de valorização de resíduos, o IVR, que tem como objetivo direcionar esforços e

ATERRO ZERO (CONTINUAÇÃO)

acompanhar o gerenciamento dos materiais considerados resíduos e o seu impacto financeiro para a operação. Como resultado destes esforços, desde 2015 a gestão de resíduos gerou uma receita líquida (saldo entre despesas e receitas) acumulada até 2019 de mais de R\$ 7 milhões. Em 2014, quando se iniciou este trabalho, o saldo era negativo de R\$1,7 milhão.

- Por meio de iniciativas desenvolvidas por parceiros especializados e apoiadas pela companhia, a polpa de celulose que é descartada no processo é utilizada na fabricação de tapetes higiênicos para animais de estimação e em varetas de solda, enquanto o plástico passa a ter vida útil prolongada ao ser reciclado para a fabricação de utensílios como vassouras, pás e cabides. O mesmo acontece com refugos de matérias-primas de produtos da companhia como o material base para lenços umedecidos que se transforma em enchimentos para produtos em geral, tapetes higiênicos para pets, além de ser utilizado em técnicas de tratamento acústico como o jateamento. O pó de celulose se transforma em material de apoio à limpeza, pelo seu poder de absorção, atuando em solidificação de líquidos após degelo de câmaras frias e em derramamentos domésticos.
- Vidro, sucata metálica, papel e papelão também são reciclados, assim como os resíduos da produção de fraldas, que podem virar desde madeira plástica até combustível. Todo material de entulho toma nova forma como material de construção, substituindo a areia e a pedra brita, por exemplo.
- Quando falamos de matéria orgânica gerada pela operação, que vai desde sobras do refeitório até os resíduos de jardinagem, um equipamento tem papel fundamental - a composteira, que, diariamente, transforma a matéria orgânica em adubo.



DÊ A MÃO PARA O FUTURO

- A K-C participa do Programa “Dê a Mão Para o Futuro”, Reciclagem - Trabalho e Renda, coordenado pela ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) e realizado em parceria com a ABIPLA (Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins) e a ABIMAPI (Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados).
- O programa tem como princípio a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos e atua apoiando redes e cooperativas de catadores de materiais recicláveis. Ele é implementado no âmbito da Logística Reversa de Embalagens, com abrangência nacional, de forma a atender a Política Nacional de Resíduos Sólidos.
- Esta iniciativa avança a produção do ciclo virtuoso de crescimento econômico, gerador de emprego e renda, redutor de desigualdades e brechas estruturais, além de promotor de sustentabilidade. O programa “Dê a Mão para o Futuro” atende a sete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU.

INGREDIENTES E TRANSPARÊNCIA

HUGGIES - ARTIGOS DE TOALETE

- Em 2020, a Kimberly-Clark anunciou mudanças nos produtos da marca Huggies e que estão alinhadas com as metas de sustentabilidade 2030 da companhia, que planeja reduzir pela metade sua pegada ambiental nos próximos 10 anos.
- Uma das novidades foi o lançamento da versão refil do Sabonete Líquido Extra Suave de 200ml. O novo formato teve uma redução de 75% de uso de plástico se comparado a embalagem tradicional. Também neste sentido, a marca passou a disponibilizar o produto em embalagens econômicas de 600 ml. A iniciativa está alinhada à meta global da Kimberly-Clark de reduzir o uso de plástico virgem à base de fósseis em 50% até 2030, fornecendo soluções que utilizam materiais mais renováveis e que possam promover soluções regeneráveis após o uso.
- A companhia também modificou as fórmulas de alguns produtos da Linha Banho de Huggies com a intenção de torná-los ainda mais naturais e ambientalmente seguros.
- Após retirar conservantes dos cremes preventivos de assaduras em 2019, a marca acelerou suas inovações em 2020. Uma delas foi a retirada do corante amarelo dos produtos da linha “Chá de Camomila”, uma vez que essas substâncias podem acabar poluindo mares e rios, gerando a mortalidade de peixes e outros organismos aquáticos. Os componentes químicos tóxicos presentes nos corantes também podem se infiltrar no solo e contaminar as reservas de água potável subterrâneas.
- Outra mudança foi a adoção de base vegetal no sabonete em barra da marca Huggies. O produto passou a ser feito com um ácido graxo de origem vegetal e óleo de palma certificado. Isso faz com que os sabonetes sejam mais sustentáveis, não causando danos para a vida marinha.



INGREDIENTES E TRANSPARÊNCIA

NEVE E SUSTENTABILIDADE

- Uma das inovações mais representativas no mercado brasileiro, aliando sustentabilidade, foi o desenvolvimento do Neve Compacto, em agosto de 2011. As embalagens de grandes formatos (16, 24 e 32 rolos) chegaram ao varejo de forma compactada, reduzindo em 18% o espaço ocupado na armazenagem/transporte e 13% de redução de filme plástico.
- Em 2020, Neve® passou a utilizar plástico verde nas embalagens da linha Puro e Natural. Essa tecnologia, que é o polietileno verde, tem como fonte de matéria-prima o etanol de cana de açúcar, reconhecida como a melhor fonte de energia renovável do mundo.
- O papel higiênico Neve® é composto 100% de celulose e, por isso é biodegradável.
- Atualmente, no Brasil, K-C utiliza apenas matéria-prima certificada na produção das linhas tissue. São dois tipos de certificação:
 - **Fibra certificadas:** são fornecedores de fibras que certificam suas fibras em FSC® (Forest Stewardship Council), ou seja, garantem um manejo ambiental socialmente justo, ambientalmente correto e economicamente viável. Nesses casos, a produção de celulose se dá através de vegetação plantada e não corte de florestas nativas.
 - **Fibras preferenciais** (Environmentally preferred fibers – EPF): são fibras virgens, alternativas ou recicladas consideradas ambientalmente corretas, podendo também serem cultivadas, trazendo menores impactos ao meio ambiente.
- Nas unidades de Mogi das Cruzes e Camaçari, onde produtos Neve são produzidos, cerca de 60% da água utilizada da produção recircula e volta para o processo, enquanto a outra parte é tratada e volta aos rios mais limpa do que chegou.

INGREDIENTES E TRANSPARÊNCIA

NEVE

- Em 2021, foi a vez da marca Neve trazer novidades para o mercado com o lançamento da linha Puro e Natural, que traz mudanças para um produto mais sustentável e ainda mais confortável para o consumidor. Com folha tripla, o papel higiênico chega com composição mais pura. Além de mais sustentável, o produto é hipoalergênico, trazendo cuidado e bem-estar para a região íntima do usuário, que é cada vez mais consciente e preocupado com a sustentabilidade. É pensando nele que a K-C reforça sua jornada, que visa oferecer soluções que consigam ampliar cada vez mais os benefícios funcionais do produto, como higiene e conforto, de forma alinhada com o máximo cuidado com a natureza.



Bibliografia

Bandeira de Melo, R.R.P., Villardi, R.M., Mello, Geralda de Miranda, M. 2020.

Desafios no acesso à água e saneamento básico no Brasil e o controle da Covid-19. Revista Augustus 25 (51).

Brasil. 2007. Lei nº 11.445, de 5 de janeiro de 2007.

Estabelece as diretrizes nacionais para o saneamento básico.

Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11445.htm

Brasil. 2019.

Governo Federal investe R\$ 2,1 bilhões em saneamento em 2019.

Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/assistencia-social/2019/12/governo-federal-investe-r-2-1-bilhoes-em-saneamento-em-2019>.

Brasil 2020. Lei nº 14.026, de 15 de julho de 2020.

Estabelece as diretrizes nacionais para o saneamento básico.

Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2020/Lei/L14026.htm#art7

Coury, B. F., Andrade, A. F., Figueiredo, B. Q. de., Santos, F. J. F., Oliveira, J. P. G. de., Santos, N. P. F., Amâncio, N. de F. G. 2021.

Epidemiological profile of dengue in Brazil and its correlation with the precarious conditions of basic sanitation. Research, Society and Development, 10 (10).

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2019.

Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018.

Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/liuros/liu101670.pdf>.

Leoneti, A.B., Prado, E.L., Borges de Oliveira, S.V.W. 2011.

Saneamento básico no Brasil: considerações sobre investimentos e sustentabilidade para o século XXI. Rev. Adm. Pública 45 (2).

Pena, R. F. A. 2021.

Saneamento Básico no Brasil. Brasil Escola.

Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/brasil/saneamento-basico-no-brasil.htm>.

Pereira, L.H.C. 2021.

O desafio da universalização do saneamento básico no Brasil e a contribuição da participação popular para a sua efetividade.

Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/handle/tede/4714>.

SNIS - Sistema Nacional de Informações sobre o Saneamento. 2019.

Diagnósticos SNIS 2019.

Disponível em: <http://www.snis.gov.br/diagnosticos>.

Trata Brasil. 2021.

Principais Estatísticas.

Disponível em: <https://www.tratabrasil.org.br/saneamento/principais-estatisticas>.

Trata Brasil. 2018.

Benefícios Econômicos e Sociais da Expansão do saneamento no Brasil.

Disponível em: http://www.tratabrasil.org.br/images/estudos/itb/beneficios/sumario_executivo.pdf.

Unicef. 2017.

2,1 bilhões de pessoas não têm acesso à água potável em casa, e mais do dobro de pessoas não tem acesso a saneamento seguro.

Disponível em: <https://www.unicef.org/angola/comunicados-de-imprensa/21-bilh%C3%B5es-de-pessoas-n%C3%A3o-t%C3%AAm-acesso-%C3%A1gua-pot%C3%A1vel-em-casa-e-mais-do-dobro>

Unicef. 2019.

No Brasil, milhões de meninas carecem de infraestrutura e itens básicos para cuidados menstruais.

Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/no-brasil-milhoes-de-meninas-carecem-de-infraestrutura-e-itens-basicos-para-cuidados-menstruais>.

Unicef. 2021.

Sanitation.

Disponível em: <https://www.unicef.org/wash/sanitation>.





Uma iniciativa de:

 **Kimberly-Clark** *Neve*

