

SUSTENTABILIDADE NO SETOR SUPERMERCADISTA: UM COMPARATIVO ENTRE AS ALTERNATIVAS EXISTENTES PARA CARREGAMENTO DE COMPRAS NO MERCADO BRASILEIRO

Isabela Cristina de Almeida ZANETTI

isabelazanetti@icloud.com

0. Contextualização
1. Fundamentação Teórica
2. Objetivos Gerais
3. Objetivos Específicos
4. Relevância ou Justificativa

RESUMO: O meio ambiente sofre impactos imensuráveis e incompatíveis com o futuro sustentável em longo prazo que sacolas plásticas causam em nosso planeta. Não faz sentido que um produto que utiliza tantas matérias primas, água e energia para ser fabricado, seja descartado como lixo, o fato de as sacolas plásticas serem descartáveis, por si só, deve suscitar o esforço da sociedade para identificar alternativas.

Devido à representatividade do setor supermercadista no cenário mundial e nacional, ele assume um papel importante no movimento da sustentabilidade e deve disseminar princípios e valores na comunidade e na cadeia de abastecimento para sensibilizar e educar consumidores, colaboradores e fornecedores a adotar hábitos e práticas saudáveis.

O tempo de decomposição de uma sacola é de até 500 anos. Cada brasileiro usa, em média, 880 sacolas por ano. Por hora, 1.5 milhão de sacolas são distribuídas no país.

Através de práticas sustentáveis, é possível fomentar a replicação de casos exemplares e movimentar a criatividade dos supermercados para realizar iniciativas semelhantes por todo Brasil. Os consumidores já estão enraizados culturalmente a utilizar sacolas plásticas em suas idas aos supermercados, cabe aos supermercadistas adotar meios para influenciar seus clientes a utilizar alternativas mais sustentáveis para o carregamento de suas compras.

PALAVRAS-CHAVE: sacolas plásticas; sustentabilidade; supermercado; meio ambiente; conscientização.

ABSTRACT: The environment suffers immensurable impacts with sustainable future that plastic bags cause in our planet. It makes no sense that a product that uses many raw materials, water and energy to be manufactures, it is waste like trash, the fact that plastic bags are disposable should raise the society's effort to identify alternatives.

Due to the representatively of the supermarket sector in the national and world stage, it plays an important role in the movement of sustainability and must disseminate the principles and values in the community and in the supply chain to raise awareness and educate consumers, employees and suppliers to adopt healthy habits and practices.

The decomposition time of a plastic bag is up to 500 years. Every Brazilian uses an average of 880 bags a year. For hour, 1.5 million of bags are distributed in the country.

Through sustainable practices, it is possible to reply exemplary cases and move the creativity of supermarkets to carry out similar initiatives throughout Brazil. Consumers are already rooted culturally to use plastic bags in their visits to supermarkets; it depends for supermarkets to adopt means to influence its customers to use more sustainable alternatives for carrying their purchases.

KEYWORDS: plastic bags; sustainability; supermarket; environment; awareness.

Na falta de mais informações sobre os impactos ambientais das sacolas plásticas, o consumidor não considera a existência de alternativas, que existem em número expressivo, nem que a escolha deve ser consciente, que está buscando menores impactos ambientais, e por serem descartáveis, são mais práticas, porém, com um futuro sustentável em longo prazo. Produzir sacolas todos os dias, usar matérias primas, água e energia para gerar um produto usado poucas vezes e descartado com o lixo não faz sentido do ponto de vista de uso dos recursos da natureza. O fato de as sacolas plásticas serem descartáveis, por si só, deve suscitar o esforço da sociedade para identificar alternativas.

O setor supermercadista, por sua representatividade no cenário mundial e nacional, assume um papel importante no movimento da sustentabilidade.

Pela influência que as empresas supermercadistas exercem nas comunidades do entorno e na cadeia de abastecimento, é possível disseminar princípios e valores de responsabilidade social e sustentabilidade, que sensibilizem e eduquem consumidores, colaboradores e fornecedores a adotar hábitos e práticas sustentáveis.

O tema abordado está na pauta dos diversos agentes econômicos e sociais, sendo amplamente discutido entre vários países do mundo, inclusive na agenda Rio+20. Quando o assunto é sustentabilidade, o uso das sacolas plásticas é um dos principais tópicos discutidos no varejo, especialmente pelo grande volume consumido e pela falta de uma gestão eficaz dos resíduos sólidos urbanos, fato que prejudica a reciclagem desse material.

As sacolas plásticas são produzidas desde 1.862 e o tempo de decomposição de uma sacola plástica no meio ambiente é entre 50 e 500 anos, dependendo do local despejado. Cada brasileiro usa, em média, 880 sacolas por ano. Por hora, 1.5 milhão de sacolas são distribuídas no país.

Sacolas plásticas descartadas incorretamente podem entupir bueiros, ocasionar a morte de animais que as confundem com alimentos e ser foco da proliferação de mosquitos como o *Aedes aegypti* que transmite doenças como a dengue e o zika vírus.

As tartarugas marinhas, que estão em extinção, são a espécie marinha mais ameaçada, pois o principal alimento delas é água viva, quando as sacolas estão no mar, elas têm o mesmo aspecto desses animais. Desse modo, as tartarugas morrem sufocadas ou com o estômago obstruído.

Alagamentos em cidades grandes são, na sua maioria, causados pela obstrução de bueiros; as sacolas jogadas sem consciência pelas calçadas e ruas, escorrem com as enxurradas e bloqueiam esses pontos de escape da água causando, assim, um grande volume de água pelas ruas das cidades.

A decomposição das sacolas plásticas é muito lenta, principalmente se descartadas em locais incorretos. A matéria prima utilizada na sua fabricação é, na maioria, o petróleo, que não é reutilizável.

As alternativas das sacolas plásticas são as sacolas oxibiodegradáveis que têm o processo de degradação acelerado, mas ele não se dissolve no meio ambiente, apenas divide-se em milhares de pedacinhos, como se fosse um pó, que é tóxico e pode causar problemas respiratórios em quem inalar, provocar danos em florestas e rios. As sacolas biodegradáveis, por sua vez, não têm resíduos tóxicos de decomposição, logo, não afetam o meio ambiente se descartadas corretamente; porém, seu preço é mais elevado em comparação às outras.

Sacos de papelão são 20% reciclados, se forem descartados incorretamente demoram tanto quanto as sacolas plásticas para se decompor. Na sua fabricação, polui 50 vezes mais água que os outros tipos de sacolas e, muitas vezes, são utilizados uma única vez, por serem mais frágeis.

Por meio da disseminação de práticas sustentáveis, é possível fomentar a replicação de casos exemplares e movimentar a criatividade dos supermercados para realizar iniciativas por todo Brasil e, assim, construir um mundo mais sustentável para as futuras gerações.

O projeto foi focado no Brasil porque os países desenvolvidos já perceberam o quanto as sacolas descartáveis denigrem o meio ambiente e tomaram soluções cabíveis. Cabe aos países subdesenvolvidos se preocuparem com esses objetos tão prejudiciais.

A sacola plástica, vilã do meio ambiente, foi inventada no ano de 1.862 e logo começou a ser usada em todos os cantos do mundo devido a sua praticidade e por ter preço

acessível. Também foi aderida com facilidade pelos adeptos da filosofia do “tudo descartável”.

A introdução da preocupação com a sustentabilidade na área dos supermercadistas é algo relativamente recente, podendo ser citado como exemplo o guia prático APAS (ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS), para inserção de sustentabilidade nos supermercados. Algumas campanhas têm sido divulgadas, como ‘Saco é um saco’, da Secretaria Estadual do Ambiente, em que o consumidor é induzido a utilizar sacolas reutilizáveis.

A APAS lançou, também, o guia da loja verde, com orientações quanto à infraestrutura de loja, saúde, gestão, operações das seções, comunicação e engajamento, além de questionário de avaliação da sustentabilidade do supermercado; quanto à gestão, orientação para consumo de água e energia, geração de resíduos e uso de sacolas plásticas.

O setor supermercadista é o principal canal de distribuição de alimentos no Brasil. Representa 40% do comércio nacional e corresponde a 5,4% do PIB brasileiro. Os supermercados também respondem por 85% do volume de vendas de produtos de largo consumo no país. Ou seja, são os maiores distribuidores de sacolas plásticas e onde deve ser o foco do consumo consciente.

A prefeitura de São Paulo proibiu a distribuição de sacolas plásticas nos estabelecimentos comerciais. Sacolas biodegradáveis estão sendo vendidas pelo preço de custo. Aos clientes que utilizarem sacolas reutilizáveis são fornecidos descontos de R\$ 0,03 a cada cinco produtos comprados nas lojas, os valores não são acumulativos. A rede Wal-Mart já concedeu R\$ 900 mil em descontos no período de um ano e meio. Isso equivale a 30 milhões de sacolas plásticas a menos descartadas no lixo, afirmou Felipe Zacari Antunes, consultor de sustentabilidade do Wal-Mart. A política também resultou na venda de 2,4 milhões de sacolas retornáveis do grupo.

A Secretaria Estadual do Ambiente desenvolveu uma campanha chamada “Saco é um Saco”, em que conscientiza a população dos danos causados pelas sacolas. Uma das frases impactantes da campanha é: “500 bilhões de sacolas plásticas são consumidas por ano no mundo todo. Achou muito? A natureza também.” A campanha também alerta também para recusar, reduzir e reutilizar essas vilãs do meio ambiente e tem sido adotada pelos supermercados afiliados na APAS e considerada a ser adotada pelos afiliados da ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados).

A cidade de Ibirarema, município do interior do estado de São Paulo, com aproximadamente sete mil habitantes tomou atitudes que fazem a diferença. Desde 2010 existe a lei municipal que proíbe a distribuição de sacolas plásticas nos estabelecimentos comerciais da cidade. A multa para o lojista que desobedecer a lei é de até R\$ 3.284,00. Esse projeto foi aprovado pelos moradores da cidade, que dizem ter se acostumado bem a levar suas sacolas reutilizáveis toda vez que forem às compras pelo comércio da cidade.

A partir da revisão bibliográfica (SEIFERT, 2007, p. 40) realizou um levantamento sobre prioridades de intervenção para o alcance do desenvolvimento sustentável, constituindo o que a autora definiu como “Prioridades internacionais para a sustentabilidade”, divididas em doze categorias: Reduzir o crescimento populacional; diminuir a pobreza, as desigualdades e a dívida do Terceiro Mundo; praticar a agricultura sustentável; proteger florestas e habitat; limitar a perda de espécies; proteger os recursos oceânicos e costeiros; proteger a qualidade da água doce; melhorar a eficiência do uso da água; aumentar a eficiência energética; desenvolver fontes renováveis de energia; limitar os gases de estufa e outros poluentes atmosféricos; proteger a camada de ozônio; reduzir a geração de lixo; reciclar os rejeitos (resíduos e efluentes); transferir os gastos militares ao desenvolvimento sustentável.

Segundo Jürgen Giegrich, diretor-técnico do Institute for Energy and Environment Research (IFEU), que desenvolveu um estudo sobre o tema em parceria com a Alas, a atitude mais correta a ser tomada, seria o uso de sacolas reutilizáveis, uma vez que mesmo os produtos biodegradáveis apresentam de 30% a 60% de materiais derivados de petróleo em sua composição. No entanto, os hábitos de consumo atuais impõem barreiras para sua adoção.

Os clientes já estão culturalmente acostumados a colocar suas compras em sacos plásticos oferecidos de graça pelos mercados. Para incentivar a mudança, Giegrich sugere que sejam adotadas políticas já utilizadas em países europeus e na cidade de São Paulo, onde as sacolas plásticas são cobradas pelas lojas. Mas para isso ser realmente adotado pelos consumidores, seriam necessários normatização do governo ou um acordo entre as empresas.

O objetivo geral do projeto foi observar e analisar o contexto atual dos supermercadistas para que compreendam os conceitos e insiram práticas de sustentabilidade na sua gestão, buscando promover o varejo sustentável por meio da conscientização,

influenciá-los a investir na sustentabilidade. Apresentar à população regional um pouco mais sobre os danos causados ao meio ambiente pelo descarte incorreto de sacolas plásticas.

A importância da problemática pesquisada é justificada pelo interesse ao tema abordado e a preocupação com o meio ambiente.

O papel na disseminação de boas práticas de sustentabilidade. Principalmente os supermercados que representam a principal ponte entre os que produzem e os que consomem. Justamente por sua posição estratégica, o setor pode influenciar positivamente os fornecedores a adotarem novos modelos de produção, por exemplo, e, na outra ponta, trabalhar com os consumidores, fazendo campanhas educativas sobre consumo consciente ou coleta seletiva do lixo, por exemplo.

Assim sendo, não só empreendedores como também toda a população poderá conhecer um pouco mais sobre o assunto, aumentando as chances de conscientização e a possibilidade de um futuro melhor, além do enorme conhecimento pessoal e profissional que proporcionará a essa pesquisadora.

Portanto, para o bem de toda a humanidade é preciso que todos trabalhem juntos por um planeta mais sustentável, a fim de proteger a nós mesmos e as gerações futuras.

REFERÊNCIAS:

Alternativas sustentáveis para carregar suas compras. Disponível em: <<http://www.semsacolaplastica.com.br>> Acesso em: 08 dez. 2014.

AMADEU JUNIOR, A.; GELMAN, J. J.; MACEDO, L. C. A mobilização do setor varejista para a responsabilidade social: do assistencialismo ao alinhamento estratégico. In: GELMAN, J. J.; PARENTE, J. (Org.). **Varejo socialmente responsável**. PortoAlegre: Bookman, 2008. Cap. 1, p. 15-32.

ARAGÓN-CORREA, J. A. Strategic proactivity and firm approach to the natural environment. **Academy of Management Journal**; Oct; 41, 5; pg. 556, 1998.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos.** São Paulo: Saraiva, 2007. 382p.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade.** São Paulo: Editora Atlas, 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica.** São Paulo: Editora Atlas, 1992.

LEWIS, David e BRIDGES, Darren. **A alma do Novo Consumidor.** São Paulo: Editora M. Books, 2004.

O quê e por quê? Disponível em: <<http://sustainagro.org/economia-verde/o-que-e-por-que/>>. Acesso em: 09 dez. 2014

PARENTE, J. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia.** São Paulo: Atlas, 2000.

PORTER, M. E.; VAN DER LINDE, C. Green and Competitive: Ending the Stalemate. **Harvard Business Review**, 73(5), 120-134, September-October, 1995.

Responsabilidade Social e Sustentabilidade no Varejo. Disponível em: <<http://www.varejosustentavel.com.br>> Acesso em: 08 dez. 2014.

SEIFFERT, M. E. B. **Gestão ambiental: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental.** São Paulo: Atlas, 2007.

SUAMIR, I. N.; TASSOU, S. A.; MARRIOT, D. Integration of CO2 refrigeration and trigeneration systems for energy and GHT emission saving in supermarkets. **International Journal of Refrigeration**, v. 35, n. 2, p.407-417, 2012.

Sustentabilidade aqui e agora. Disponível em:
<http://www.walmartbrasil.com.br/sustentabilidade/pdf/relatorios/sustentabilidade_aqui_e_ago_ra.pdf> Acesso em: 08 dez.2014.