



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

CAMILA SOUZA TAVARES

**SUSTENTABILIDADE NO VAREJO:
UM PROJETO NA REDE AVENIDA DE ASSIS.**

Assis
2011

CAMILA SOUZA TAVARES

**SUSTENTABILIDADE NO VAREJO:
UM PROJETO NA REDE AVENIDA DE ASSIS.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito do Curso de Graduação em Administração.

Orientador: Prof^o. Ms. Adm. João Carlos da Silva

Área de Concentração: Ciências Gerenciais

Assis
2011

FICHA CATALOGRÁFICA

TAVARES, Camila Souza

Sustentabilidade no Varejo: Um projeto na Rede Avenida de Assis/Camila Souza Tvares. Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA -- Assis, 2011.

38 p.

Orientador: Prof^o. Ms. João Carlos da Silva
Trabalho de Conclusão de Curso – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis - IMESA

1. Sustentabilidade. 2. Varejo

CDD: 658
Biblioteca da FEMA

**SUSTENTABILIDADE NO VAREJO:
UM PROJETO NA REDE AVENIDA DE
ASSIS.**

CAMILA SOUZA TAVARES

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado ao Instituto Municipal de Ensino
Superior de Assis, como requisito do Curso
de Graduação, analisado pela seguinte
comissão examinadora:

Orientador: Prof^o MS. João Carlos da Silva

Analisador (1): Prof^a Dr^a Marcia Valéria Serôdio Carbone

Assis
2011

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus que me deu todas as forças pra continuar mesmo nos momentos mais difíceis de minha vida, dedico a minha família que é tão preciosa para mim e que sempre me apóia em toda e qualquer situação e dedico a todos aqueles que estão em busca de um futuro melhor, se preocupando com um mundo sustentável.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por sempre me proporcionar momentos de alegria e pelas muitas bênçãos derramadas sobre mim.

Agradeço ao meu orientador João Carlos da Silva, pela ajuda dada na elaboração desse trabalho, pela paciência e estímulo dedicado a mim.

Agradeço a minha família pela compreensão e pela ajuda que sempre me deram, me incentivando em todos os momentos.

E por fim agradeço a todos os meus amigos que sempre estiveram ao meu lado e que de alguma forma me ajudaram na construção deste trabalho.

“Mesmo quando a vida pedir de ti mais do que podes dar,
e o cansaço já fizer teu passo vacilar,
espera no Senhor”.

Eliana Ribeiro (composição Roberta de Lima).

RESUMO

Este trabalho descreve a situação em que se encontra o desenvolvimento sustentável no ramo varejista, onde os supermercados terão de enfrentar uma grande mudança em relação à proibição do uso de sacolas plásticas. Nesse contexto serão analisadas as principais dificuldades na substituição das sacolas plásticas e as melhores soluções para a substituição da mesma, apresentando o projeto da Rede de Supermercados Avenida.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Varejo.

ABSTRACT

This paper describes the situation that is sustainable development in the retail industry, where supermarkets will face a big change from the ban on the use of plastic bags. In this context we analyze the main difficulties in the replacement of plastic bags and the best solutions for replacement of the same, with the design of the supermarket chain Avenue.

Keywords: Sustainability; Retail.

RESUMEN

Este artículo describe la situación que es el desarrollo sostenible en el sector minorista, donde los supermercados se enfrentan a un gran cambio respecto a la prohibición del uso de bolsas de plástico. En este contexto se analizan las principales dificultades en el reemplazo de las bolsas de plástico y las mejores soluciones para la sustitución de los mismos, con el diseño de la cadena de supermercados Avenue.

Palabras clave: sostenibilidad, al por menor.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Organograma geral da empresa.....	29
Figura 2 - Diretoria Comercial.....	29
Figura 3 - Diretoria Administrativa.....	30
Figura 4 - Diretoria Financeira.....	30
Figura 5 - Modelo da Sacola Retornável.....	32

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1 RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DE VAREJO.....	14
1.1 EVOLUÇÃO DA SUSTENTABILIDADE.....	15
1.2 DEFINIÇÕES PARA SUSTENTABILIDADE.....	16
1.3 EDUCAÇÃO AMBIENTAL.....	17
1.4 A IMPORTÂNCIA DO TRATADO DE KYOTO E DO ACORDO DE COPENHAGUE.....	19
2 COMO EDUCAR E CONSCIENTIZAR OS CONSUMIDORES EM RELAÇÃO A RECICLAGEM.....	21
2.1 MATERIAIS RECICLÁVEIS.....	21
2.2 MATERIAIS NÃO RECICLÁVEIS.....	22
2.3 DESAFIOS PARA O VAREJO: SACOLAS PLÁSTICAS.....	22
2.4 O QUE É PRODUTO SUSTENTÁVEL.....	24
3 UMA EXPERIENCIA NO SUPERMERCADO AVENIDA DE ASSIS: ASPECTOS HISTÓRICOS.....	27
3.1 MISSÃO.....	28
3.2 VISÃO.....	28
3.3 ORAGNOGRAMA.....	28
3.4 ANÁLISE DE PROJETO PARA SUBSTITUIÇÃO DAS SACOLAS PLÁSTICAS.....	30
3.5 A IMPORTÂNCIA DA SACOLA RETORNÁVEL.....	31
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	33
REFERÊNCIAS.....	34
ANEXOS.....	35

INTRODUÇÃO

O presente trabalho está relacionado à sustentabilidade no setor de varejo, o que tem gerado vários debates na comunidade mundial.

Têm sido divulgados na mídia constantemente os diversos tipos de problemas que todos nós e nossas futuras gerações deveremos enfrentar, como grandes períodos de seca, precipitações de chuva fora de época, aumento do nível do mar, a falta de aterros para o lixo, isto só no Brasil, sem levar em consideração outras partes do mundo, onde, em alguns casos, a presença do ser humano será cada vez menor.

As administrações atuais sabem que o futuro será cada vez mais incerto, em um cenário de difíceis saídas e decisões.

Atualmente os supermercados têm de enfrentar uma grande mudança, mediante aos projetos de lei que proíbem o uso de sacolas plásticas; que, em alguns estados, já entrou em vigor.

Nesse contexto, tem-se aprofundado o debate sobre qual é o melhor método para substituir a sacola plástica no varejo supermercadista. Em outras palavras, discute-se a forma que tiver um custo menor para se implantar esses benefícios, sem ter que repassar os custos para o consumidor final.

Essa discussão enfoca a área de varejo e aborda também as políticas de sustentabilidade.

Assim sendo, o trabalho está estruturado em três partes. A primeira trata da responsabilidade social nas empresas de varejo, evolução da sustentabilidade, conceitos e definições, educação ambiental e a importância do tratado de Kyoto e o acordo de Copenhague; a segunda trata de como educar e conscientizar as pessoas, materiais recicláveis, não recicláveis, desafios para o varejo: sacolas plásticas e o que é produto sustentável; na terceira parte será apresentado o *case* do supermercado Avenida.

1 RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DE VAREJO

Nos últimos tempos, com a ampliação da responsabilidade social empresarial e dos conceitos vinculados ao tema, como sustentabilidade empresarial ou cidadania empresarial, as organizações se preocupam em ser sustentáveis. Talvez isso tenha acontecido em resposta aos novos desafios surgidos como características da globalização e do começo de tecnologias.

A responsabilidade social empresarial geralmente envolve a busca de novas oportunidades como uma maneira de responder às demandas ambientais, sociais e econômicas do mercado. Dentro do conceito de responsabilidade social empresarial que vem sendo incorporado pelas empresas, o público-alvo deixa de ser apenas o consumidor e passa a abranger um número muito maior de pessoas e empresas. São os chamados “*stakeholders*”. O termo “*stakeholders*” foi criado para designar todas as pessoas ou empresas que, de alguma maneira, são influenciadas pelas atuações de uma organização, ou seja, diretores, funcionários, fornecedores, clientes e toda a comunidade. São todos aqueles que têm interesse pela instituição.

As empresas tornam-se componentes fundamentais para retificar e implantar mudanças satisfatórias na sociedade e auxiliar no alinhamento das distorções que o estado não conseguiu realizar sozinho e possivelmente nunca realizaria se outros personagens, dentre eles a própria sociedade civil, não almejassem e buscassem um mundo econômico, social e ambientalmente sustentável.

A visão do instituto *Ethos*¹, entidade empresarial criada em 1.998, é de que as empresas são influentes agentes de promoção do desenvolvimento econômico e do avanço tecnológico que estão transformando velozmente o planeta numa aldeia global. Por isso, é fundamental que exista uma consciência global que envolva todos em um processo de desenvolvimento, que tenha como finalidade a preservação do

¹ O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização sem fins lucrativos, caracterizada como Oscip (organização da sociedade civil de interesse público). Sua missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.

meio ambiente e do patrimônio cultural, o acesso aos direitos humanos e a constituição de uma sociedade economicamente bem-sucedida e socialmente justa e igualitária.

1.1 EVOLUÇÃO DA SUSTENTABILIDADE.

O termo “Desenvolvimento sustentável” foi utilizado pela primeira vez no ano de 1979 pela Assembléia Geral das Nações Unidas. Os governos e órgãos multilaterais assumiram a sua utilização a partir de 1987, pois houve a necessidade de aproximadamente mil reuniões coordenadas pela primeira ministra da Noruega (Gro Brundland) com especialistas convocados pela ONU, onde foi publicado o documento com o nome de Nosso Futuro Comum nele aparece, dentre vários conceitos de sustentabilidade, o seguinte: "Sustentável é o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender suas próprias necessidades".

O relatório, apresentado ao mundo em 1987, apontou a incompatibilidade entre o desenvolvimento sustentável e os padrões de produção e consumo vigentes na época. O seu conteúdo já trazia um tom de alerta para que os governantes assumissem a responsabilidade pelos impactos ambientais e as decisões políticas que os originavam e há mais de 20 anos já se falavam da irresponsabilidade de produção e consumo.

Na verdade este conceito possui uma história que surgiu há mais de três séculos, a partir de fatos importantes como a Segunda Guerra mundial e a Revolução Industrial, que se originou da percepção da escassez. As colônias e indústrias européias desflorestaram amplamente seus territórios para utilizar a madeira em sua produção industrial e na construção dos navios com os quais transportavam suas mercadorias e submetiam militarmente grande parte da sociedade.

1.2 DEFINIÇÕES PARA SUSTENTABILIDADE

O tema sustentabilidade nunca esteve tão em evidência como está hoje. Para que possamos entender melhor o assunto é importante definir o que é desenvolvimento sustentável. Segundo o autor Kinlaw (1997, pg.83):

Desenvolvimento sustentável (DVS) é a macrodescrição de como todas as nações devem proceder em plena cooperação com os recursos e ecossistemas da Terra para manter e melhorar as condições econômicas gerais de seus habitantes, presentes e futuras.

Aprofundando o significado do termo, o dicionário Aurélio (FERREIRA, 1999, p. 1909) define sustentabilidade como “Qualidade de Sustentável”:

[Sustentável] 1. Que se pode sustentar. 2. capaz de se manter constante, ou estável por longo período. [Sustentar] 1. Conservar, manter. 2. Fornecer ou garantir o necessário para sobrevivência. 3. Proteger, favorecer, auxiliar. 4. Estimular, imitar, estigar. 5. Pelejar a favor de. 6. Conservar a mesma posição suster-se, equilibrar-se.

Podemos dizer que a sustentabilidade é uma forma de proteger o mundo e o meio ambiente para a sociedade do futuro. Cabral (2010) (www.brasilecola.com), afirma:

Desenvolvimento sustentável é a forma de desenvolvimento que não agride o meio ambiente de maneira que não prejudica o desenvolvimento vindouro, ou seja, é uma forma de desenvolver sem criar problemas que possam atrapalhar e/ou impedir o desenvolvimento no futuro.

Com isso, para que o desenvolvimento sustentável ocorra com sucesso, há necessidade de haver comprometimento de todos os seres humanos.

1.3 EDUCAÇÃO AMBIENTAL

A Responsabilidade Ambiental surgiu com a percepção de que os recursos naturais podem se esgotar com a ação predadora do homem. Isso ocorreu quando terríveis acidentes industriais, além de adoecer e até matar populações, também degradaram os recursos naturais que serviam de insumos para a própria indústria.

Observamos que o governo Brasileiro, assim como, os governos de todos os países do mundo estão preocupados com a situação em que poderemos nos encontrar futuramente.

Por meio disso, busca-se uma educação ambiental e ecologicamente correta, que traga conscientização, respeito e compromisso social.

Para Almeida (2007, p. 130), educação ambiental pode ser concebida da seguinte forma:

Para muitos, a Educação Ambiental, restringe-se em trabalhar assuntos relacionados à natureza: lixo, preservação, paisagens naturais, animais, etc. Dentro deste enfoque, a Educação Ambiental assume um caráter basicamente naturalista. Atualmente, a Educação Ambiental assume um tom mais realista, embasada na busca de um equilíbrio entre o homem e o meio ambiente, com vistas à construção de um futuro pensado e vivido numa lógica de desenvolvimento e progresso (pensamento positivista). Neste contexto, a Educação Ambiental é ferramenta de educação para o desenvolvimento sustentável.

Ampliando a maneira de perceber a Educação Ambiental, podemos dizer que se trata de uma prática de educação para a sustentabilidade.

A educação ambiental deve, então, ser aplicada às empresas atuais, já que a sustentabilidade fará com que os negócios e progresso das mesmas sejam cada vez maiores.

As empresas, de um modo geral, devem preparar e colocar em prática a sustentabilidade em seus projetos e tornando viáveis os caminhos para reverter situação na qual nos encontramos hoje. Pensando assim, Kinlaw (1997, p. XXII) afirma que:

O movimento das organizações rumo a uma forma de fazer negócios mais sensíveis em relação ao meio ambiente está claramente em curso. Mais e mais organizações estão entrando no marketing verde e mais e mais organizações estão desenvolvendo políticas ambientais e introduzindo programas de redução, reciclagem e reutilização de recursos. Um número cada vez maior de empresas já está se beneficiando das muitas oportunidades competitivas oferecidas pela questão ambiental.

Com efeito, tais mudanças são vitais. Para que elas ocorram, as empresas deverão seguir à risca alguns passos e manter uma visão de planejamento estratégico. Barbieri (2006, p.77) definiu educação ambiental como:

A educação ambiental deve estimular as pessoas a serem portadoras de soluções e não apenas de denúncias, embora estas devam ser as primeiras atitudes diante dos desmandos socioambientais. Devem também produzir mudanças nas suas próprias condutas, modificando, por exemplo, seus hábitos de consumo. Como os problemas socioambientais apresentam uma dimensão planetária, a educação ambiental deve assentar-se numa nova ética universal.

Não só as empresas devem se adaptar às mudanças sustentáveis. Todos os cidadãos devem buscar conhecimento e mudar a própria cultura em relação ao meio ambiente. As crianças aprendem pelo exemplo. Caso os pais não pratiquem essa idéia, com certeza essa criança terá dificuldades em adotá-la.

1.4 A IMPORTÂNCIA DO TRATADO DE KYOTO E DO ACORDO DE COPENHAGUE

A partir de estudos climáticos, identificou-se, por exemplo, a nocividade de gases poluentes e seu efeito sob as condições de vida da população.

Todos estão interessados em viver em um mundo melhor. Com essa preocupação, já surgiram várias conferências e reuniões a respeito do assunto. Alguns dos mais conhecidos e mais importantes para o desenvolvimento sustentável é o tratado de Kyoto e o acordo de Copenhague.

O Protocolo de Kyoto entrou oficialmente em vigor no dia 16 de fevereiro de 2005, após ter sido discutido e negociado em 1997, na cidade de Kyoto (Japão).

As metas para o cumprimento do tratado estão em um nível mais avançado para alguns países, que são aqueles que emitem mais gases poluentes. De acordo com Freitas (2010) (www.brasilecola.com):

As metas de redução de gases não são homogêneas a todos os países, colocando níveis diferenciados de redução para os 38 países que mais emitem gases, o protocolo prevê ainda a diminuição da emissão de gases dos países que compõe a União Européia em 8%, já os Estados Unidos em 7% e Japão em 6%. Países em franco desenvolvimento como Brasil, México, Argentina, Índia e principalmente a China, não receberam metas de redução, pelo menos momentaneamente.

Nesse tratado os países do mundo todo se reuniram para analisar a questão do aquecimento global e a climatização mundial, estabelecendo metas acerca da redução das emissões de gases poluentes. Estes, por sua vez são responsáveis pelo efeito estufa e o aquecimento global.

Mas o tratado não serve apenas para discutir o conceito e problemas em relação aos gases, mas também para implantar medidas de solução. Ainda segundo Freitas (2010) (www.brasilecola.com):

O Protocolo de Kyoto não apenas discute e implanta medidas de redução de gases, mas também incentiva e estabelece medidas com intuito de substituir produtos oriundos do petróleo por outros que provocam menos impacto. Diante das metas estabelecidas o maior emissor de gases do mundo, Estados Unidos, se desligou em 2001 do protocolo, alegando que a redução iria comprometer o desenvolvimento econômico do país.

Apesar de o Brasil não ter recebido metas de redução, há toda uma preocupação com a questão de cumprir esse tratado. Já alguns países se desligaram do compromisso com o tratado, exemplo disso, foi os Estados Unidos alegando que o mesmo iria comprometer o crescimento econômico do país.

Já o acordo de Copenhague foi fechado entre Estados Unidos, Brasil, China, Índia e África do Sul, no dia 19 de Janeiro de 2009, mas não faz referência a um tratado com valor legal e nem prevê um prazo para que o texto seja transformado em um tratado com valor legal, pois o acordo não foi adotado formalmente pelo plenário, devido à oposição de alguns países em desenvolvimento, como Sudão, Venezuela e Cuba.

O acordo de Copenhague busca limitar o aumento médio da temperatura global a 2 graus Celsius acima dos níveis pré-industrial, e sugere a liberação de 100 bilhões de dólares em ajuda climática a países em desenvolvimento a partir de 2020.

O fato de grandes países em desenvolvimento, como China e Índia, submeterem suas metas não significa necessariamente que eles desejam se "associar" ao tratado. A Índia, por exemplo, sugere que o Protocolo de Kyoto continue norteando a política climática global depois de 2012, em vez do eventual Acordo de Copenhague.

Porém todas essas conferências realizadas fazem parte de um grande avanço mundial em relação ao clima e meio ambiente.

2 COMO EDUCAR E CONSCIENTIZAR OS CONSUMIDORES EM RELAÇÃO À RECICLAGEM.

Com o aumento da população, das empresas e das indústrias, o lixo produzido cresceu na mesma proporção.

Reciclar significa transformar materiais já utilizados em novos produtos para o consumo. A reciclagem é muito importante e também traz muitas vantagens. Uma delas é a preservação do meio ambiente como ar, água e solo. Outro benefício é o menor custo para empresa, além de proporcionar muitas vagas de trabalho.

Como podemos observar, se as pessoas souberem utilizar os recursos da natureza, poderemos ter em breve, um mundo mais limpo e mais desenvolvido.

A reciclagem tem se tornado de extrema importância. Até mesmo nas escolas os alunos têm recebido informações de como reciclar o lixo de suas residências e ajudar a melhorar o ambiente em que vivem.

2.1 MATERIAIS RECICLÁVEIS

Materiais recicláveis são aqueles que após sofrerem uma transformação física ou química podem ser reutilizados no mercado, seja sob a forma original ou como matéria-prima de outros materiais para outras finalidades.

São considerados materiais recicláveis:

Papéis: jornais, revistas, cadernos, caixas, caixas de leite, formulários de computador, fotocópias, envelopes, papel sulfite, folhetos, cartolina, papelão, embalagens, cartazes.

Vidros: recipientes em geral, garrafas, copos, cacos.

Metais: latas de óleo, latas de aço, painéis, fios, arames, chapas metálicas, tampas de garrafa, embalagens metálicas, embalagens de congelados, pregos, canos, restos de usinagens, alumínio.

Plástico: embalagens de água e refrigerante, de produtos de limpeza, copos descartáveis, embalagens de margarina, embalagens de plástico mole, frascos de shampoo e detergentes, vasilhas, tampas, brinquedos, tubos e canos de PVC, sacos plásticos em geral.

2.2 MATERIAIS NÃO RECICLÁVEIS:

Materiais não recicláveis são aqueles que não podem ser reutilizados após transformação química ou física.

São considerados materiais não recicláveis:

Papéis: etiqueta adesiva, papel carbono, fita crepe, papéis sanitários, papéis plastificados, papéis metalizados, papéis parafinados, papel térmico, papéis aluminizados, papéis betumados, papéis sujos, guardanapos, tocos de cigarros, fotografias.

Vidros: espelhos, lâmpadas, cerâmica, porcelana, tubos de televisão e monitores, vidros planos.

Metais: lata de aerossóis, lata de tinta, pilha normal, pilha alcalina, lata de inseticida, lata de pesticida.

Plásticos: cabo de panela, tomadas, embalagem de biscoito, isopor, misturas de papel, plásticos e metais.

2.3 DESAFIOS PARA O VAREJO: SACOLAS PLÁSTICAS

Depois de muitas pesquisas e mistura de várias composições, a partir do ano de 1945 as matérias-primas plásticas passaram a compor os objetos da casa das pessoas, sem diferença de classe social.

Com a introdução do plástico no mercado mundial, novas demandas foram surgindo, como produtos descartáveis, eletroeletrônicos, artigos para o lazer entre outros.

Desde sua invenção, o plástico vem sendo muito utilizado em todo planeta, reduzindo o custo dos comerciantes e aumentando de certa forma a praticidade em relação ao mundo moderno.

A sacola plástica é utilizada nos dias de hoje como recipientes do lixo urbano e sempre seu destino final acabam sendo os aterros sanitários ou algum lixão, roubando terra fértil que poderia estar sendo utilizada para alimentar os seres de amanhã. Nos aterros sanitários e mesmo nos lixões a céu aberto, os sacolas plásticas dificultam e até mesmo impedem a decomposição de materiais orgânicos e biodegradáveis.

Segundo números da Secretaria Estadual do Meio Ambiente de São Paulo apenas 1% é reciclado. Para que seja efetuada a reciclagem do plástico, é necessário que esteja parcialmente limpo e seco, o que é quase impossível já que é muito utilizada para armazenar o lixo orgânico.

Mas se todos fizessem a sua parte a reciclagem seria bem sucedida já que as sacolas plásticas são 100% recicláveis.

O Brasil consome 12 bilhões de sacolas plásticas por ano e cada brasileiro usa cerca de 66 sacos por mês, segundo dados da Associação Brasileira de Supermercados (Abras). No mundo, são 500 bilhões de saquinhos utilizados por ano. Cada sacola plástica demora cerca de 400 anos para se desintegrar no meio ambiente.

O Ministério do Meio Ambiente lançou uma Campanha chamada “Saco é um Saco” sobre a conscientização do uso das sacolas plásticas.

Nós temos dificuldade de aceitar as mudanças. À primeira impressão, pode parecer complicado não encontrar mais sacos plásticos nos supermercados. Mas a idéia é incentivar o uso das sacolas retornáveis.

Cerca de uma tonelada de sacolas plásticas é igual a onze barris de petróleo, e sua matéria-prima é composta por gás natural e petróleo. Cada saco gera em média meio quilo de poluição aérea.

Mais de 3% dos sacos plásticos do mundo tornam-se lixo flutuante e facilmente levado para o mar. Muitas vezes é confundido com algas por aves e animais marinhos que acabam ingerindo-o e obstruindo o estômago.

Diversos países já vêm se conscientizando sobre o uso das sacolas plásticas e muitos deles já não utilizam mais e vários outros estão em processo para a retirada de circulação, como por exemplo: Bangladesh, China, Irlanda, Ruanda, Israel, Canadá, Índia, Botswânia, Quênia, Tansânia, África do Sul, Taiwan e Cingapura.

Em 27 de março de 2007, São Francisco tornou-se a primeira cidade dos Estados Unidos a proibir o uso dos sacos plásticos e Oakland e Boston estão considerando essa possibilidade.

No Brasil várias cidades e estados já proibiram o uso do saco plástico como: Bebedouro (SP), Rio de Janeiro, Minas Gerais, Amazônia, arquipélago de Tinharé, Boipeba, em alguns morros de São Paulo, São Vicente, cidades do Paraná, entre muitas outras cidades.

O Ministério vem realizando a cada quatro anos, desde 1992, pesquisa nacional que acompanha a evolução da consciência ambiental no País. Os dados da pesquisa “O que os Brasileiros pensam do Meio Ambiente e do Desenvolvimento Sustentável” (MMA-ISER, 1992, 1997, 2020, 2006) revelam que a consciência cresce em todas as classes sociais e regiões brasileiras, mas que ainda existe um abismo entre a preocupação e o comportamento efetivo.

2.4 QUE É PRODUTO SUSTENTÁVEL

Muitos consumidores acreditam que todas as empresas são politicamente corretas e que os produtos fabricados por elas são de origem sustentável, mas

isso não ocorre em todos os casos, pois com tantas informações a respeito do assunto, os clientes acabam se confundindo sobre o que realmente significa produto sustentável.

Conforme Palhano (2010), produto sustentável pode ser definido como:

São aqueles que oferecem benefícios ambientais, sociais e econômicos em relação aos seus pares. Ao mesmo tempo, se preocupam com questões de saúde pública, bem-estar social e ambiente, da extração das matérias-primas ao descarte final; Isso inclui maior índice de itens recicláveis e menor consumo de energia e de água nas etapas de produção.

Ou seja, é aquela empresa que se preocupa com a fabricação de seu produto ou serviço desde a matéria-prima utilizada até o resultado final.

Não basta ver nas embalagens o rótulo de ecológico ou de sustentável, mas sim procurar saber informações sobre aquela empresa.

Os consumidores brasileiros estão cada vez mais se conscientizando em comprar produto que não faça mal à saúde e que não prejudique o meio ambiente.

Pesquisas afirmam que 70% dos consumidores do estado de São Paulo comprariam um produto mais caro se ele fosse fabricado dentro de padrões sustentáveis, sendo assim Figueiredo (2010) (www.forumdaconstrução.com.br) argumenta:

Pesquisa recente de setembro 2010 da Kantar WorldPanel indicou que 73% dos consumidores de São Paulo e do Rio de Janeiro responderam "sim" quando perguntados se aceitariam pagar mais por produtos que cuidam do ambiente. Outra pesquisa da GS&MD de agosto desse ano indicou que os consumidores brasileiros estariam dispostos a pagar, em média, 8% a mais por produtos sustentáveis.

A sociedade não se preocupa apenas com o preço, mas também com a qualidade do produto que estão adquirindo, e levando para casa. A sustentabilidade nas empresas significa garantir resultado e satisfação no curto, médio e longo prazo. Para que se obtenha essa garantia é necessário trabalhar com ética e responsabilidade socioambiental. Essa é a nova forma de se fazer negócios: com bons retornos envolvendo a empresa e a sociedade. No ramo varejista há uma enorme revolução a ser feita e as empresas que conseguirem atender os desejos dos consumidores estarão se colocando na posição de novas líderes.

Mas é claro que muitos continuarão a ter uma visão fechada e só conseguirão enxergar a geração de lucro no curto prazo, enganando seus clientes e a si mesmo.

E o topo da liderança será das empresas éticas e transparentes nas suas ações, proporcionando confiança para seus acionistas, clientes e para a sociedade.

3 UMA EXPÊRIENCIA NO SUPERMERCADO AVENIDA DE ASSIS: ASPECTOS HISTORICOS

Tudo começou em 1947, atuando no comércio de gêneros alimentícios, ferramentas, louças e miudezas em geral.

A Casa Avenida atendia consumidores da cidade de Assis e região, com vendas no atacado e varejo, As mercadorias eram espalhadas pelo chão da loja e nas prateleiras de madeira sem nenhum padrão, os balconistas prestavam atendimento aos seus clientes na pesagem de alimentos vendidos a granel.

Já naquela época a Casa Avenida oferecia grande variedade de mercadorias aos seus clientes, máquinas de lavar roupa, moedores de café, enxadas, ferragens, mantimentos entre outros.

Os anos se passaram e a Empresa foi crescendo e se modernizando atendendo às tendências do mercado.

A Casa Avenida durante 58 anos ficou sob o comando de seu fundador, Sr. Durvalino Binato que, com competência, espírito inovador e visão dirigiu a empresa que conta hoje com 21 lojas e 3 postos de combustíveis, assegurando empregos diretos a aproximadamente 1.700 famílias. Com o falecimento do mesmo, em 09/01/2006, o comando da empresa passou aos filhos tendo a superintendência o Sr. João Antonio Binato.

A empresa tem lojas em Assis, Cândido Mota, Paraguaçu Paulista, Maracaí, Echaporã, Rancharia, Ourinhos, Presidente Prudente, Tupã, Lins e Santa Cruz do Rio Pardo, no estado de São Paulo, e em Santo Antônio da Platina e bandeirantes, no estado do Paraná.

Pelo que se vê em Assis, a Casa Avenida firmou-se como pólo regional de abastecimento de gêneros alimentícios e com a instalação de três postos de combustíveis, nas cidades de Assis, Paraguaçu Paulista e Santa Cruz do Rio Pardo, a empresa trouxe uma grande inovação para o interior, seguindo os modelos dos grandes estabelecimentos de compras.

3.1 MISSÃO

Vender produtos de qualidade aliando variedade a preços competitivos, tendo como lema a responsabilidade social e buscando continuamente a satisfação de nossos clientes.

3.2 VISÃO

Trabalhar com seriedade e respeito ao público, sejam eles colaboradores internos, clientes e fornecedores, buscando o reconhecimento por meio das inovações implementadas, pela solidez alcançada rumo ao desenvolvimento social e humano do local onde atua.

3.3 ORGANOGRAMA

O organograma da Rede de Supermercados Avenida se divide em: presidência, diretoria comercial, diretoria administrativa, diretoria financeira e seus respectivos departamentos.

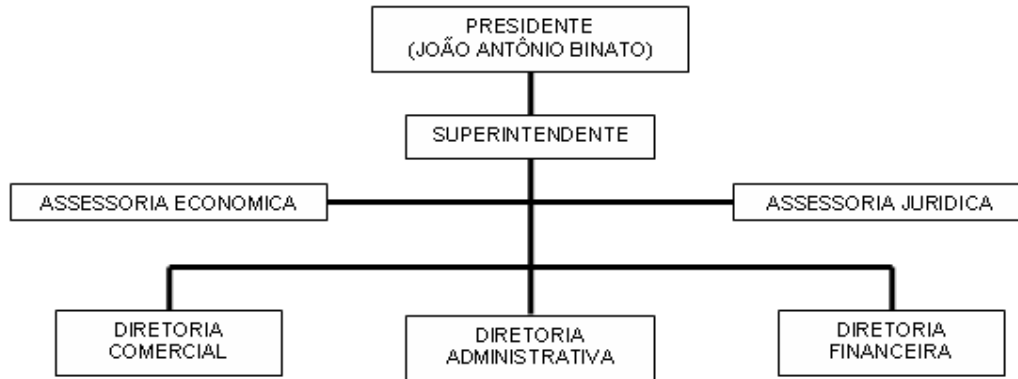


Figura 1- Organograma geral da empresa (Manual de Integração do Supermercado Avenida).

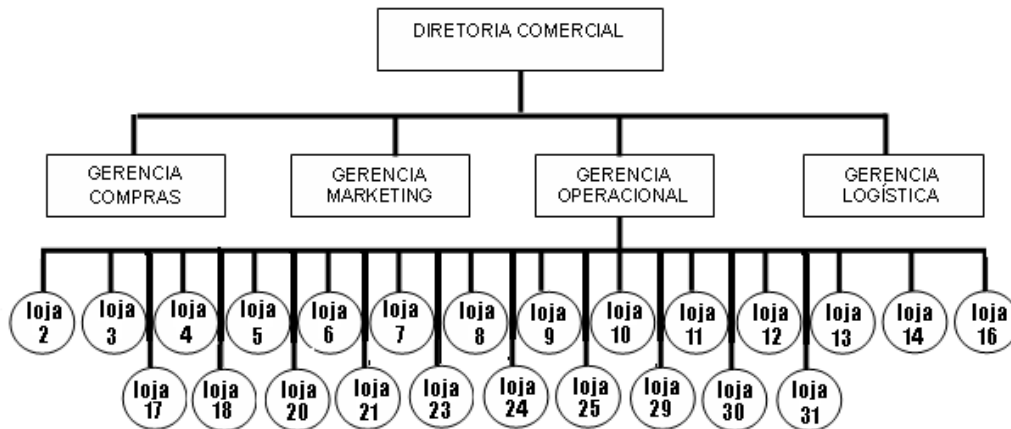


Figura 2: Diretoria Comercial (Manual de Integração do Supermercado Avenida).

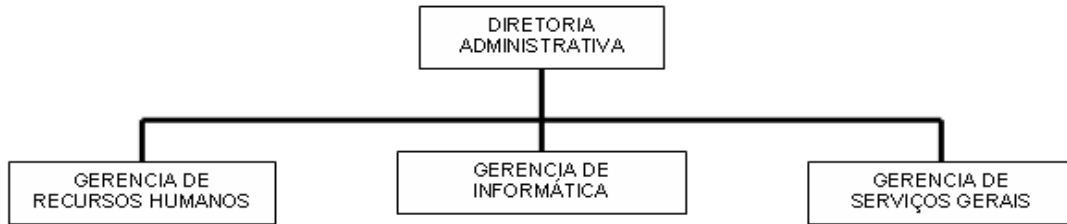


Figura 3: Diretoria Administrativa (Manual de Integração do Supermercado Avenida).



Figura 4: Diretoria Financeira (Manual de Integração do Supermercado Avenida).

O organograma nos mostra todos os cargos de diretoria, divisões e subdivisões. Onde cada um dos departamentos tem seu grau de importância dentro da empresa, pois há necessidade de uma boa comunicação entre os setores para que o trabalho de equipe seja bem sucedido.

3.4 ANÁLISE DO PROJETO PARA SUBSTITUIÇÃO DAS SACOLAS PLÁSTICAS

Durante muitos anos os supermercados adotaram as sacolas plásticas para suprir uma demanda do consumidor, pois o plástico era o único material capaz

de acondicionar todas as variedades de produtos (*in natura*, congelados ou refrigerados, limpeza, etc). Entretanto essas mesmas sacolas vêm causando um estrago muito grande no meio ambiente, por esse motivo, foram elaboradas várias leis para extinguir as sacolas feitas de plástico e substituição das mesmas por opções que não agridam o meio ambiente.

A Rede Avenida encontra-se em constante mudança, com isso vive em estudos através de melhorar em todos os aspectos seu atendimento, produtos e serviços.

Como outras redes supermercadistas, a Rede Avenida analisa a possibilidade de utilizar sacolas retornáveis para a substituição das sacolas plásticas.

Nesse projeto a sacola retornável será vendida a um preço acessível para seus clientes adquirirem por se tratar de um projeto ainda não foi definido o preço de venda da nova sacola.

E para que essa novidade e necessidade sejam aceitas da melhor forma possível, será realizado um trabalho de marketing para que os clientes se conscientizem da importância dessa substituição, para que esse uso torne-se hábito.

Como a Rede Avenida ainda esta analisando este projeto e por sigilo empresarial não disponibilizou todas as informações.

3.5 A IMPORTÂNCIA DA SACOLA RETORNÁVEL

O benefício mais importante que as sacolas retornáveis proporcionam é a preservação do meio ambiente, pois os consumidores utilizam a sacola por vários anos sem eliminá-la na natureza.

Para os supermercadistas é uma opção de redução de custos.



Figura 5: Modelo da Sacola Retornável (Manual de Integração do Supermercado Avenida).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sustentabilidade é cada vez mais divulgada na mídia, por se tratar de um assunto de extrema importância para humanidade. Todos os atos da sociedade de hoje serão reflexos no futuro, sejam eles bons ou ruins.

Considerando a evolução e a preocupação mundial, ser sustentável é manter em boas condições o ambiente onde se vive, para garantir o futuro das próximas gerações, mesmo sabendo que mudanças de hábito nem sempre são agradáveis.

A partir de todos os estudos feitos e informações adquiridas, conclui-se que a proibição do uso de sacola plástica é uma necessidade para todos nós.

Entretanto, percebemos que as pessoas ainda não têm conscientização dessa necessidade e não é fácil aceitar a mudança, pois a sacola plástica tem um custo menor do que as outras opções de sacolas.

Para os supermercadistas também não está sendo uma mudança fácil, pois a substituição das sacolas plásticas pelas retornáveis tem um custo maior, além disso, inclui-se todo um projeto de marketing para a divulgação desse novo método a ser utilizado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Demétrius Henrique Cardoso. **Mudanças Climáticas – Premissas e Situação Futura**. 1ª Ed. São Paulo: LCTE Editora, 2007.

APAS. **Lei Nº 15.374, De 18 De Maio De 2011**, Disponível em: <<http://www.portalapas.org.br/default.asp?resolucao=1360X768>> Acesso em: Junho/2011.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Editora Saraiva 2006.

CASA AVENIDA. **Manual de Integração**, Disponível em: <www.casaavenida.com.br> Acesso em: Maio/2011

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI – Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FIGUEIREDO, Newton. **O varejo, os consumidores e os produtos sustentáveis**, Disponível em: <<http://www.forumdaconstrucao.com.br/conteudo.php?a=23&Cod=812>> Acesso em: Janeiro/2011.

FRANCK, Gladis. **Síntese e Decomposição do Plástico Biodegradável**, Disponível em: <<http://biologiaucs.blogspot.com/2010/07/sintese-e-decomposicao-do-plastico.html>> Acesso em: Março/2011

GLOBAL GARBAGE, **Brasileiros querem a proibição de sacolas plásticas**. Disponível em: <<http://www.globalgarbage.org/blog/index.php/2010/12/07/brasileiros-querem-proibicao-das-sacolas-plasticas-revela-pesquisa/>> Acesso em: Janeiro/2011.

KINLAW, Dennis, C. **Empresa Competitiva e Ecológica: desempenho sustentado na era ambiental**. São Paulo: Editora Markron Books, 1997.

PALHANO, André. **Como saber o que é um produto sustentável nessa onda ecológica?**. Disponível em: <<http://sejagreen.wordpress.com/2010/10/13/como-saber-o-que-e-um-produto-sustentavel-nessa-onda-eco-das-empresas>> Acesso em: Fevereiro/2011.

PLANETA SUSTENTÁVEL, **As sacolas de plástico devem ser substituídas?** Disponível em: <http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/atitude/conteudo_255967.shtml> Acesso em: 25 set.2010.

ANEXO:

LEI Nº 15.374, DE 18 DE MAIO DE 2011

(Projeto de Lei nº 496/07, dos Vereadores Abou Anni - PV, Adolfo Quintas - PSDB, Agnaldo Timóteo - PR, Aníbal de Freitas - PSDB, Atílio Francisco - PRB, Attila Russomanno - PP, Aurélio Nomura - PV, Carlos Apolinário - DEMOCRATAS, Claudinho - PSDB, Claudio Fonseca - PPS, Claudio Prado - PDT, Dalton Silvano

Domingos Dissei - DEMOCRATAS, Edir Sales - DEMOCRATAS, Eliseu Gabriel - PSB, Floriano Pesaro - PSDB, Gilson Barreto - PSDB, José Police Neto, José Rolim - PSDB, Juscelino Gadelha, Marco Aurélio Cunha - DEMOCRATAS, Marta Costa - DEMOCRATAS, Milton Ferreira - PPS, Natalini, Netinho de Paula - PC do B, Noemi Nonato - PSB, Paulo Frange - PTB, Ricardo Teixeira, Roberto Tripoli - PV, Souza Santos, Tião Farias - PSDB, Toninho Paiva - PR, Ushitaro Kamia - DEMOCRATAS e Wadih Mutran - PP)

Dispõe sobre a proibição da distribuição gratuita ou venda de sacolas plásticas a consumidores em todos os estabelecimentos comerciais do Município de São Paulo, e dá outras providências.

GILBERTO KASSAB, Prefeito do Município de São Paulo, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, faz saber que a Câmara Municipal, em sessão de 17 de maio de 2011, decretou e eu promulgo a seguinte lei:

Art. 1º Fica proibida a distribuição gratuita ou a venda de sacolas plásticas para os consumidores para o acondicionamento e transporte de mercadorias adquiridas em estabelecimentos comerciais no Município de São Paulo.

Parágrafo único. Os estabelecimentos comerciais devem estimular o uso de sacolas reutilizáveis, assim consideradas aquelas que sejam confeccionadas com material resistente e que suportem o acondicionamento e transporte de produtos e mercadorias em geral.

Art. 2º Os estabelecimentos comerciais de que trata o art. 1º ficam obrigados a afixar placas informativas, com as dimensões de 40 cm x 40 cm, junto aos locais de embalagem de produtos e caixas registradoras, com o seguinte teor:

“POUPE RECURSOS NATURAIS! USE SACOLAS REUTILIZÁVEIS”.

Art. 3º O disposto nos arts. 1º e 2º desta lei deverá ser implementado até 31 de dezembro de 2011.

Art. 4º O disposto nesta lei não se aplica:

- I - às embalagens originais das mercadorias;
- II - às embalagens de produtos alimentícios vendidos a granel; e
- III - às embalagens de produtos alimentícios que vertam água.

Art. 5º Os fabricantes, distribuidores e estabelecimentos comerciais ficam proibidos de inserir em sacolas plásticas para o acondicionamento e transporte de mercadorias a rotulagem degradáveis, assim como as terminologias oxidegradáveis, oxibiodegradáveis, fotodegradáveis e biodegradáveis, e mensagens que indiquem suposta vantagem ecológica de tais produtos.

Art. 6º O descumprimento das disposições contidas nesta lei sujeitará o infrator às penalidades previstas na Lei Federal nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998.

Art. 7º A fiscalização da aplicação desta lei será realizada pela Secretaria Municipal do Verde e do Meio Ambiente.

Art. 8º As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 9º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, aos 18 de maio de 2011, 458º da fundação de São Paulo.

GILBERTO KASSAB, PREFEITO NELSON HERVEY COSTA, Secretário do Governo Municipal. Publicada na Secretaria do Governo Municipal, em 18 de maio de 2011.

SÍMBOLO DA RECICLAGEM:



COLETA SELETIVA:



Cores Definem um Coletor Para Cada Tipo de Material

