

PERCEPÇÃO AMBIENTAL DOS VENDEDORES DE UM CENTRO DE COMPRAS SEDIADO NO BAIRRO COROA DO MEIO EM ARACAJU/SE

ENVIRONMENTAL PERCEPTION OF SELLERS OF A SHOPPING CENTER HEADQUARTERS IN BAIRRO COROA DO MEIO IN ARACAJU/SE

Vivianne Andrade Silva

Estudante do curso de Tecnólogo de Saneamento Ambiental do Instituto Federal de Sergipe;
vivianne.andrade317@hotmail.com.

Flávia Dantas Moreira

Profa. Msc. do Instituto Federal de Sergipe;
flavia.moreira@academico.ifs.edu.br.

Resumo: O presente artigo estuda de forma qualitativa a percepção ambiental dos vendedores de um Centro de Compras situado no Bairro Coroa do Meio em Aracaju. O estabelecimento faz parte de um Grupo Empreendedor Pernambucano, quarto maior do país e primeiro do Nordeste na área de Shopping Center. Quanto à metodologia, trata-se de uma análise descritiva, qualitativa e de observação. Para coleta de dados, foram realizadas quinze visitas no local para aplicação dos cento e dez questionários com os negociantes, representando 50% dos estabelecimentos do empreendimento comercial. Os resultados ilustraram que a maioria dos entrevistados apresentam um conhecimento prévio sobre coleta seletiva e os benefícios proporcionados pela reciclagem para o meio ambiente e para a população, sendo observado respectivamente em 88% e 97% das respostas. Contudo, segundo os dados da pesquisa, percebeu-se que 98% dos entrevistados não participaram das ações de educação ambiental promovidas pelo empreendimento e 31 % não sabem o destino dado aos resíduos sólidos gerados. Sendo assim, pode-se observar a necessidade de investir em mais ações de sensibilização ambiental envolvendo o público-alvo, a fim de promover a educação ambiental de forma mais eficaz no empreendimento.

Palavras-Chave: gestão ambiental; resíduos sólidos; coleta seletiva; sensibilização ambiental.

Abstract: This article qualitatively studies the environmental perception of sellers in a Shopping Center located in Bairro Coroa do Meio in Aracaju. The establishment is part of a Grupo Empreendedor Pernambucano, the fourth largest in the country and the first in the Northeast in the Shopping Center area. As for the methodology, it is a descriptive, qualitative and observational analysis. For data collection, fifteen on-site visits were carried out to apply the one hundred and ten questionnaires with the traders, representing 50% of the establishments of the commercial enterprise. The results illustrated that most respondents have prior knowledge about selective collection and the benefits provided by recycling for the environment and the population, being observed respectively in 88% and 97% of the answers. However, according to the survey data, it was noticed that 98% of respondents did not participate in the environmental education actions promoted by the enterprise and 31% do not know the destination given to the solid waste generated. Thus, one can observe the need to invest in more environmental awareness actions involving the target audience, in order to promote environmental education more effectively in the enterprise.

Keywords: environmental management; solid waste. selective collect; environmental awareness.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento das cidades aliado ao crescimento populacional acelerado tem

acarretado modificações diversas no meio ambiente, as quais geram uma diminuição da qualidade de vida da sociedade, fazendo surgir uma preocupação mundial com relação aos resíduos sólidos. Esta tem crescido ante ao aumento da produção, da ineficiência do gerenciamento desses resíduos e da falta de áreas adequadas para a disposição final dos rejeitos produzidos pela ação humana.

De acordo com Fernandes *et al.* (2004), a percepção ambiental está relacionada a tomada de consciência das pessoas em relação ao ambiente em que vivem, a fim de protegê-lo. A maneira como cada cidadão percebe o meio ambiente é individual, desse modo cada um tem reações e respostas diferentes frente à capacidade de conservação e/ou preservação dos recursos.

Assim, com o objetivo de atuar na resolução da problemática referente a geração de resíduos sólidos, a legislação brasileira apresenta uma das normas mais completas, ao fazermos o comparativo com as leis internacionais.

No tocante aos resíduos sólidos e à coleta seletiva de recicláveis, tem-se instituída a Política Nacional de Resíduos Sólidos, por meio da Lei de nº 12.305 de 2010, que trata dos mecanismos de gestão e gerenciamento dos resíduos sólidos envolvendo a

participação de catadores de materiais recicláveis nos âmbitos municipais de coleta seletiva, buscando meios eficientes para as fases de coleta, transporte e destinação final (BRASIL, 2010).

Entretanto, a Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe) destaca em seu último relatório, que as cidades brasileiras geraram em 2018 cerca de 79 milhões de toneladas de resíduos sólidos urbanos, cuja coleta chegou a 92% desse total, equivalentes a pouco mais de 72 milhões de toneladas, dos quais apenas 43,3 milhões de toneladas, 59,5% do coletado, sendo disposto em aterros sanitários. O montante de 29,5 milhões de toneladas de resíduos, 40,5% do total coletado, foi despejado inadequadamente em lixões ou aterros controlados e ainda cerca de 6,3 milhões de toneladas geradas anualmente continuam sem ao menos serem coletadas, e seguem sendo depositadas sem controle, mesmo quando a legislação determina a destinação para tratamento e, em último caso, para aterros sanitários (ABRELPE, 2018).

Conforme Lima (2013), o principal objetivo da educação ambiental é proporcionar ao ser humano o entendimento sobre a complexidade do meio ambiente e da percepção de que os elementos ambientais, o tempo e o espaço são interdependentes. Observa-se que, as condições sociais, econômicas, culturais e ecológicas de cada sociedade e região são determinantes para definição de metas e ações.

A educação ambiental busca não apenas a conscientização dos cidadãos, através da

transmissão de conhecimento, mas também a promoção de mudanças de comportamentos em relação ao ambiente que vivem.

A prática da educação ambiental significa fazer com que as pessoas pensem em um futuro melhor para nosso mundo e para as pessoas que aqui vivem, colocando em prática ações que transformam a consciência das pessoas e consequentemente a sua qualidade de vida.

O centro de compras estudado faz parte de um Grupo Empreendedor Pernambucano, quarto maior do país e primeiro do Nordeste na área de Shopping Center, apresentando um fluxo médio de 24 mil pessoas/dia, 220 lojas e operações de serviços, lazer e gastronomia, mantém-se alinhado aos princípios de economia sustentável.

Nesse empreendimento, soluções são projetadas e implementadas para diminuir o impacto ao meio ambiente e fomentar a conscientização do público. Entre as iniciativas, estão os pontos de coleta seletiva nas áreas externa e de alimentação, a separação e doação de resíduos recicláveis a cooperativa local de catadores.

Ao lado de seus princípios e objetivos, o Centro Comercial preza pela educação ambiental e investe em ações de conscientização dos cidadãos,

promovendo a tentativa de mudanças de comportamentos tidos como nocivos tanto para o ambiente, como para a sociedade.

Nesse sentido, o objetivo do estudo é avaliar a percepção ambiental dos vendedores do estabelecimento comercial mencionado, a fim de verificar os efeitos da educação ambiental na mudança de atitude e criação de hábitos sustentáveis dos seus colaboradores.

MATERIAL E MÉTODOS

Durante o estudo adotou-se como base científica uma metodologia qualitativa, descritiva e de observação, por meio de um levantamento prévio das ações educativas que já são realizadas pelo empreendimento.

A pesquisa foi realizada com 110 vendedores e como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário, composto por vinte e seis questões previamente definidas com perguntas objetivas e subjetivas.

Utilizou-se a metodologia mencionada como forma de captar o ponto de vista dos comerciantes sobre a reciclagem, coleta seletiva e outros temas ligados a gestão ambiental.

Os questionários foram aplicados entre os dias 09 e 29 de junho de 2021, através de visitas as lojas.

Fez-se algumas jornadas de observação livre do empreendimento operando, valendo-se de entrevistas não-estruturadas e adaptadas à realidade deles, de forma a prevalecer a espontaneidade e a informalidade durante as conversas, bem como a não indução de respostas.

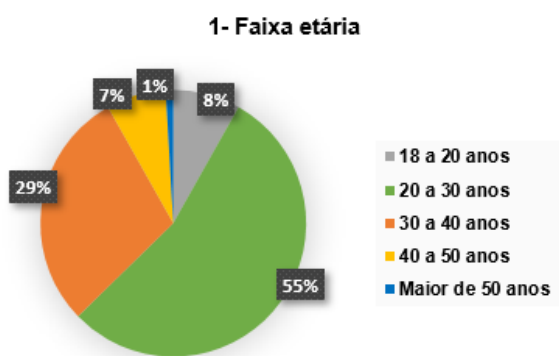
RESULTADOS E DISCUSSÃO

COMPORTAMENTO E PERCEPÇÃO AMBIENTAL DOS ENTREVISTADOS

Para melhor compreensão dos resultados de uma pesquisa é importante traçar o perfil de sua amostra.

Com relação a faixa etária, o maior percentual dos entrevistados são entre 20 e 30 anos, conforme Figura 01.

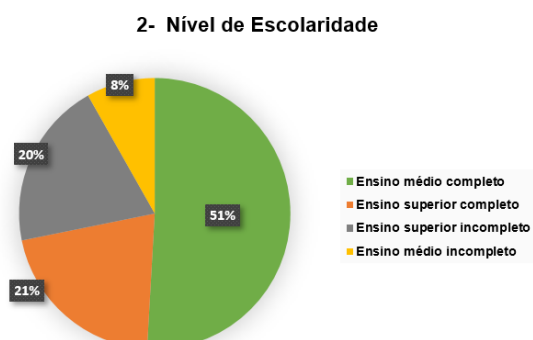
Figura 01 - Faixa etária dos entrevistados.



Fonte: O Autor, 2021.

Dos 110 vendedores participantes, 50% possuem o ensino médio completo e cerca de 41% já chegaram a fazer um curso superior, de acordo a Figura 02.

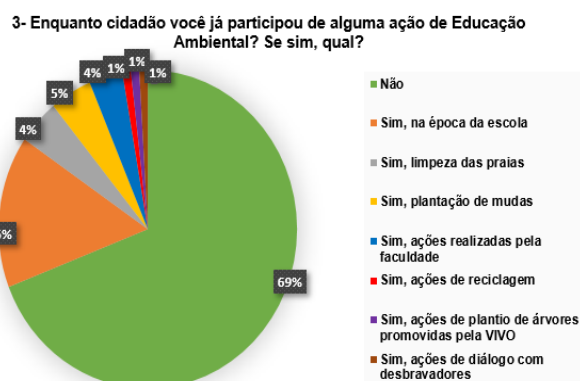
Figura 02 – Nível de escolaridade dos entrevistados.



Fonte: O Autor, 2021.

Quando os entrevistados foram questionados se já participaram de alguma ação de educação ambiental 69% responderam que não, demonstrando que a maioria não teve uma educação voltada para a importância dos cuidados com o meio ambiente. Enquanto 31% já tiveram algum contato com esse tipo de ação, conforme Figura 03, sendo um passo importante para mudança de um cenário e pensamento social referente a gestão ambiental.

Figura 03 – Percentual de vendedores que participaram de ações de educação ambiental.

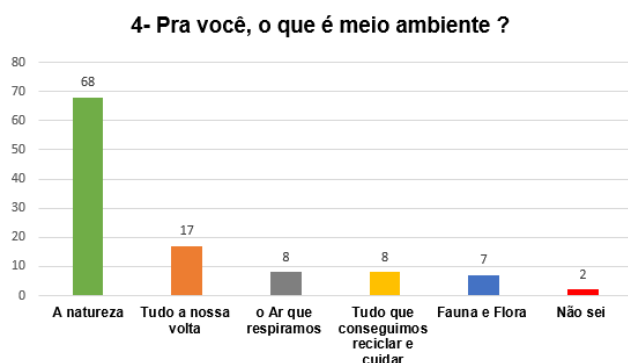


Fonte: O Autor, 2021.

Tendo em vista que a educação ambiental é um processo participativo e contínuo da sociedade, fundamental para a consciência crítica acerca dos problemas ambientais existentes.

Ao serem questionados o que seria Meio Ambiente, 68% relacionaram a Natureza e 7% a Fauna e Flora, conforme Figura 04, mostrando que 75% dos entrevistados entendem que meio ambiente está totalmente ligado a natureza.

Figura 04 – Percepção dos comerciantes sobre o conceito de meio ambiente.



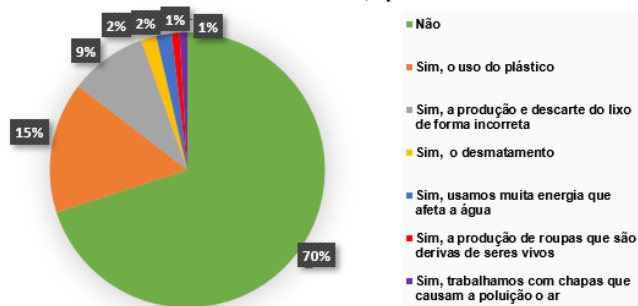
Fonte: O Autor, 2021.

Confundir esses dois termos é muito comum, o meio ambiente é o local onde se desenvolve a vida na terra, ou seja, é a natureza com todos os seres vivos e não vivos que nela habitam e interagem.

Quando questionados se sua atividade profissional causa algum dano ao meio ambiente, 70% acreditam que não. 15% responderam que sim e que estaria relacionado ao uso excessivo de plástico, principalmente os descartáveis. Já 9% acreditam que tem relação com o descarte de resíduos de forma irregular, de acordo com a Figura 05.

Figura 05 – Percentual de vendedores que acreditam na existência de impactos ambientais em seu ambiente de trabalho.

5- No seu ambiente de trabalho, você acha que sua atividade causa algum dano ao Meio Ambiente? Se sim, qual?



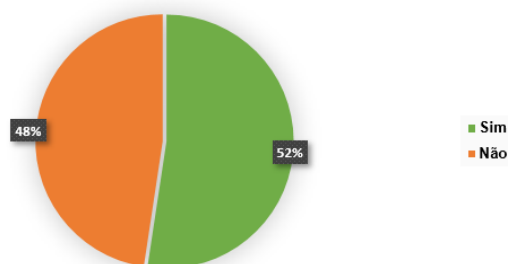
Fonte: O Autor, 2021.

Um dado que chamou a atenção é que duas pessoas relacionaram ao desmatamento. Ao serem questionados sobre o motivo dessa relação, remeteram a época em que o empreendimento foi construído, há 30 anos atrás, em área de manguezal.

Após a pergunta anterior, os 30% que responderam ter ciência dos impactos gerados em seu ambiente de trabalho, foram questionados se tem feito algo para mudar esse cenário e 52% responderam que sim, conforme figura 06.

Figura 06 – Percentual de vendedores que tem feito alguma ação para diminuir os impactos ambientais existentes em seu ambiente de trabalho.

6- Caso a pergunta anterior seja positiva. Você tem feito algo para evitar ou diminuir impactos ambientais no seu ambiente de trabalho?

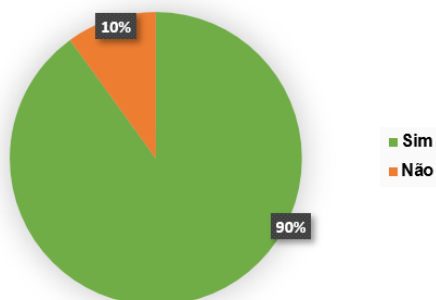


Fonte: O Autor, 2021.

Apesar de 69% dos entrevistados não terem tido contato com a educação ambiental na escola, 90% deles conhecem ações e atitudes que podem ser realizadas, a fim de minimizar os impactos ao meio ambiente. Apenas 10% não tem conhecimento sobre o assunto, como mostra a Figura 07.

Figura 07 – Percentual de entrevistados que tem conhecimento sobre ações que ajudam a minimizar impactos ambientais.

7- Conhece ações que podem ser realizadas em casa e no trabalho, que ajudam a diminuir os impactos ao meio ambiente?



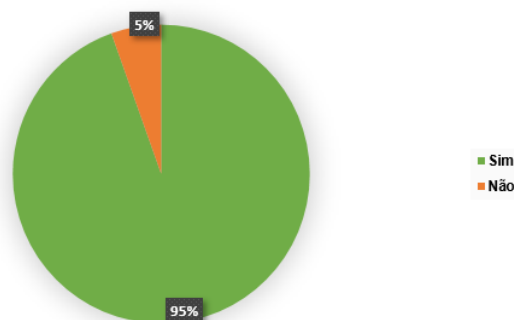
Fonte: O Autor, 2021.

Segundo Layrargues, (2002), a educação ambiental é um processo educativo eminentemente político, que visa ao desenvolvimento nos indivíduos de uma consciência crítica acerca das instituições, atores e fatores sociais geradores de riscos e respectivos conflitos socioambientais. Busca uma estratégia pedagógica do combate de tais conflitos a partir de meios coletivos de exercício da cidadania, pautados na criação de demandas por políticas

públicas participativas conforme requer a gestão ambiental democrática.

Figura 08 – Percentual de vendedores que desligam os equipamentos eletrônicos durante o encerramento de suas atividades.

8- Desliga os equipamentos eletrônicos quando acaba o expediente?



Fonte: O Autor, 2021.

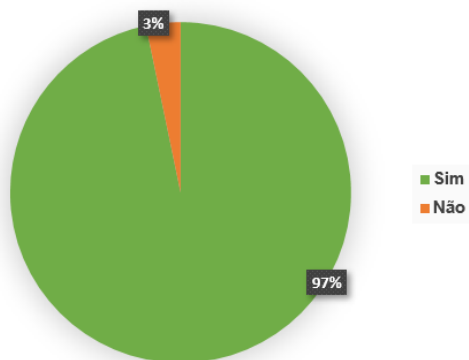
A diminuição do consumo de energia em grandes empresas pode fazer uma diferença considerável no resultado da gestão ambiental e financeira.

Com relação a pequenas ações, observou-se que 95% dos vendedores desligam os equipamentos eletrônicos quando encerram o expediente, como mostra a Figura 08. Sendo uma importante atitude de redução dos impactos ambientais no estabelecimento.

Já com relação ao reaproveitamento de papéis, 97% dos vendedores reaproveitam os papéis gerados, como rascunho mesmo não havendo a impressão constante de documentos nesse tipo de operação, conforme ilustra a Figura 09.

Figura 09 – Percentual de vendedores que desligam os equipamentos eletrônicos durante o encerramento de suas atividades.

9- Utiliza rascunhos no ambiente de trabalho?

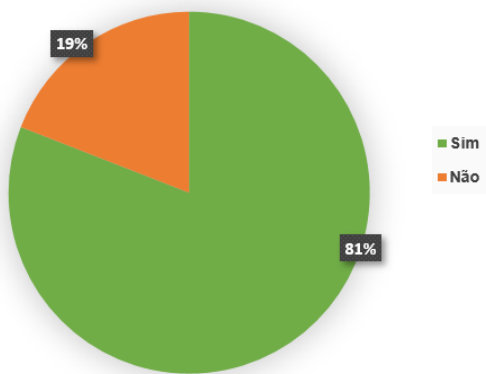


Fonte: O Autor, 2021

Quando questionados sobre o uso de descartáveis, um número expressivo de funcionários falou sobre o uso constante, devendo ser alvo de ações de conscientização futuras do empreendimento, possibilitando a redução do percentual de resíduos não recicláveis que vão para aterro sanitário, como mostra a Figura 10.

Figura 10 – Percentual de vendedores que utilizam descartáveis.

10- Utiliza descartáveis ?

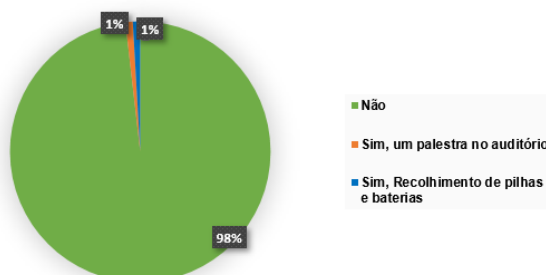


Fonte: O Autor, 2021.

Ao serem questionados se já participaram de alguma ação de conscientização ambiental promovida pelo Centro de Compras, 98% responderam que não, conforme Figura 11. Um número expressivo, mostrando a importância de rever o formato de divulgação dos projetos existentes, pois o empreendimento realiza ações como essa desde 2013, sob a coordenação do setor de meio ambiente do estabelecimento, englobando não só os clientes, mas também os funcionários e colaboradores.

Figura 11 – Percentual de comerciantes que já participaram de ações promovidas pelo estabelecimento.

11- Já participou de alguma ação de Conscientização Ambiental promovida por esse Centro de Compras? Qual?

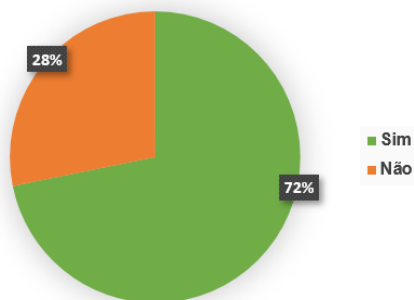


Fonte: O autor, 2021.

Ao serem questionados sobre a diferença entre lixo e resíduo, 72% responderam que sabem a diferença entre os termos e apenas 28% responderam que não, como observa-se na Figura 12. A separação dos resíduos de forma correta faz toda a diferença na preservação do meio ambiente, pois evita que muitos materiais recicláveis acabem em aterros ou lixões.

Figura 12 – Percentual de entrevistados que tem conhecimento sobre a diferença entre Lixo e Resíduo.

12- Sabe qual a diferença entre Lixo e Resíduo?

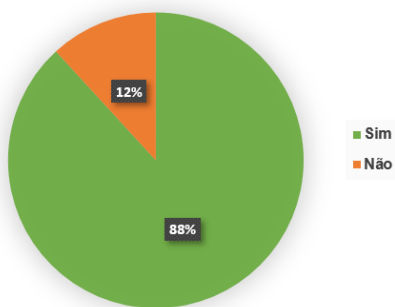


Fonte: O autor, 2021.

Quando os entrevistados foram questionados se consideravam ter conhecimento sobre o que é coleta seletiva, 88% responderam que sim e 12% responderam que não, conforme Figura 13. Mostrando que é um termo presente no cotidiano dessas pessoas. Essa compreensão já é um estágio importante para mudança de um cenário e pensamento social referente a gestão de resíduos.

Figura 13 – Percentual de entrevistados que tem conhecimento sobre Coleta Seletiva.

13- Considera ter conhecimento sobre o que é a Coleta Seletiva?

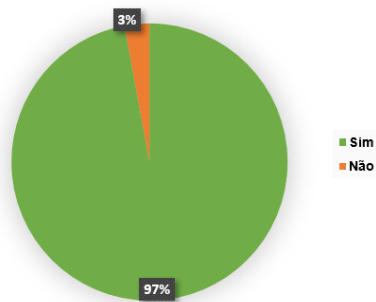


Fonte: O autor, 2021.

Ao perguntar se os lojistas sabem o que é reciclagem e os benefícios que ela pode proporcionar para o meio ambiente e para as pessoas, 97% responderam que sim e apenas 3% responderam que não, como ilustrado na Figura 14. Um número importante, tendo em vista que a reciclagem contribui para a diminuição significativa da poluição do solo, da água e do ar.

Figura 14 – Percentual de entrevistados que tem conhecimento sobre o conceito de Reciclagem e seus benefícios.

14- Sabe o que é a Reciclagem e os benefícios que ela pode proporcionar para o meio ambiente e para as pessoas?



Fonte: O autor, 2021.

Outro benefício da reciclagem é a quantidade de empregos que ela tem gerado. Muitos desempregados estão buscando trabalho neste setor e conseguindo renda para manterem suas famílias (DEMAJOROVIC, 2014).

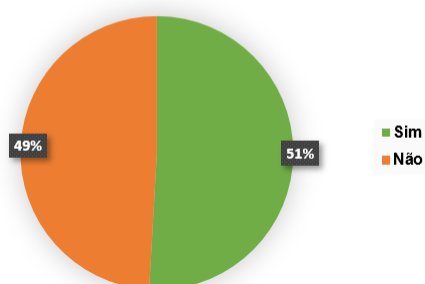
O Centro de Compras estudado possui duas centrais de reciclagem que funciona de 7h às 22h de domingo a domingo, possibilitando a geração de renda direta para quatro cooperados de reciclagem e indiretamente para cinquenta e oito cooperados, tendo em vista que todo o recurso arrecadado com a venda dos recicláveis gerados

no estabelecimento é distribuído de forma igualitária para todos os cooperados atendidos pela Cooperativa.

Ao serem questionados se fazem a separação dos resíduos gerados em seu ambiente de trabalho 51% responderam que sim e 49% responderam que não, como mostra a Figura 15.

Figura 15 – Percentual de comerciantes que separam os resíduos em seu trabalho.

15- Você separa os resíduos gerados no seu ambiente de trabalho?



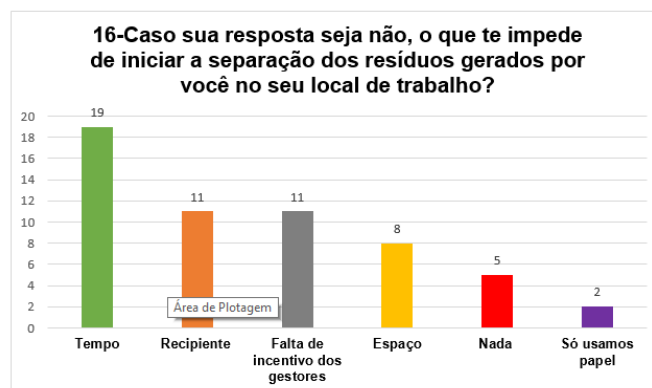
Fonte: O autor, 2021.

A separação dos resíduos de forma correta faz toda a diferença na preservação do meio ambiente, se fazendo necessário realizar um trabalho de conscientização ambiental no empreendimento, a fim de melhorar a correta segregação e destinação final dos resíduos sólidos gerados.

Quando questionados sobre os motivos que impedem de fazer a separação dos resíduos em seu ambiente de trabalho, dezenove vendedores responderam que não tinham tempo,

onze entrevistados informaram que a loja não dispõe de recipientes apropriados, onze vendedores responderam que faltava incentivo dos gestores, oito pessoas responderam que tinham limitação de espaço e dois vendedores responderam que na loja gerava apenas papel (Figura 16).

Figura 16 – Motivo da não separação dos resíduos por parte dos vendedores.

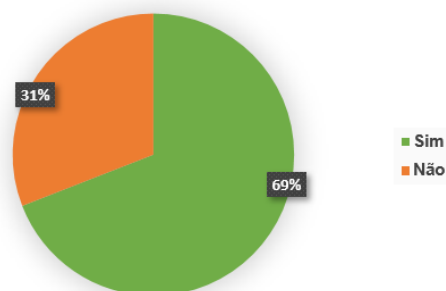


Fonte: O autor, 2021.

69% dos vendedores conhecem o projeto de coleta seletiva do estabelecimento e sabem da existência das centrais de reciclagem no local, apenas 31 % desconhecem (Figura 17).

Figura 17 – Percentual de vendedores que conhecem a gestão de resíduos do empreendimento.

17- Você sabia que esse Centro de Compras possui Coleta Seletiva e duas Estações de Reciclagem nas docas principais?

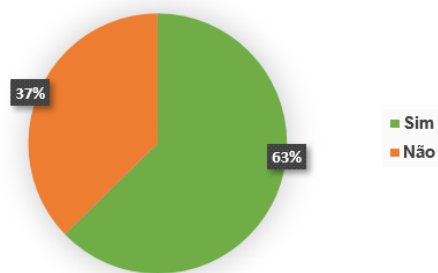


Fonte: O autor, 2021.

63% dos vendedores conhecem o trabalho dos cooperados, que fazem a segregação dos resíduos no empreendimento e tem conhecimento do trabalho social que é desenvolvido. 37% alegaram não conhecer, reforçando a importância de se desenvolver um trabalho de sensibilização junto as lojas.

Figura 18 – Percentual de vendedores que conhecem o trabalho da Cooperativa de Reciclagem.

18- Conhece o trabalho dos Cooperados de Reciclagem que separam todo o resíduo gerado nesse empreendimento e sobrevivem do dinheiro arrecadado com a venda dos recicláveis?

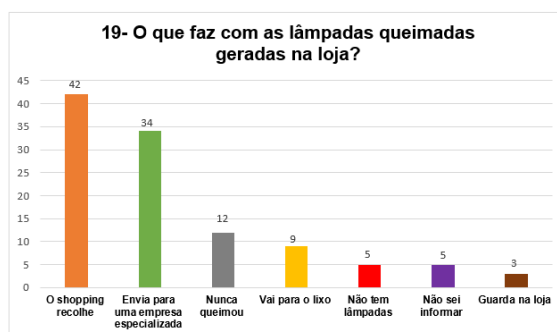


Fonte: O autor, 2021.

As lâmpadas fluorescentes queimadas são consideradas resíduos perigosos e como há uma grande demanda desse tipo de resíduo. Os vendedores foram questionados sobre o descarte e destinação final das mesmas, pois o centro de compras não se responsabiliza por resíduos classe 1 das lojas, somente os gerados nas áreas comuns.

Conforme mostra a Figura 19, apenas trinta e quatro entrevistados responderam que encaminham para uma empresa especializada e nove informaram que jogam no lixo comum, sendo esse, um dado preocupante, diante do risco de acidente não só com os cooperados, mas também para a equipe de limpeza.

Figura 19 – Destinação de lâmpadas Florescentes queimadas.



Fonte: O autor, 2021.

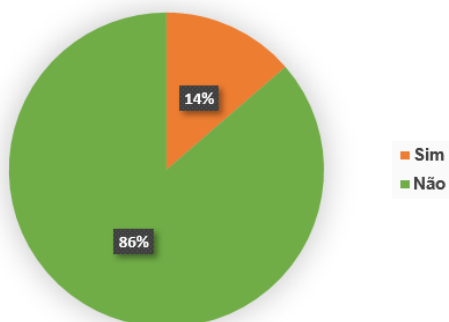
Pelo regimento interno do Centro de Compras, cada loja deve fazer a destinação final com empresa capacitada e habilitada para tal. Entretanto, quarenta e dois vendedores responderam que o empreendimento se responsabiliza pelas lâmpadas. Contudo, essa informação não é verídica e se faz necessário um trabalho de conscientização, principalmente por se tratar de um resíduo perigoso e pela grande possibilidade de serem destinados na área da cooperativa por engano e acabar provocando algum acidente.

Quando questionados sobre o descarte de pilhas e baterias no ambiente de trabalho, 86% dos entrevistados responderam que não fazem o

descarte inadequado de pilhas, um resultado já esperado, tendo em vista que não há grande geração desses resíduos em loja. Entretanto, 14% responderam que descartam esse tipo de resíduo no lixo comum, um agravante, por se tratar de um resíduo tóxico e perigoso, como mostra a Figura 20. Além de que, o empreendimento dispõe de ecopontos e se responsabiliza pela destinação correta desses resíduos.

Figura 20 – Destinação de pilhas e baterias.

20- Costuma descartar pilhas e baterias no lixo comum da empresa que trabalha?

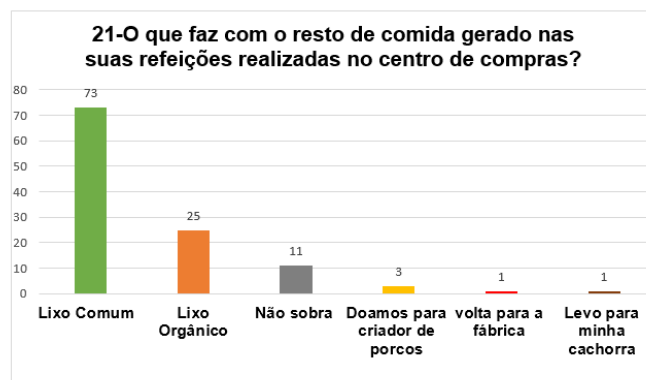


Fonte: O autor, 2021.

Quanto ao descarte de resíduos orgânicos em loja, conforme ilustra a Figura 21, 73% responderam que destinam no lixo comum, sendo um grande desperdício, já que a maioria dos resíduos gerados são secos e passíveis de reciclagem. Consequentemente, há contaminação e grande perda de resíduos recicláveis, devendo ser implantada uma campanha de

sensibilização quanto ao descarte correto de resíduos.

Figura 21 – Destinação de resíduos orgânicos.

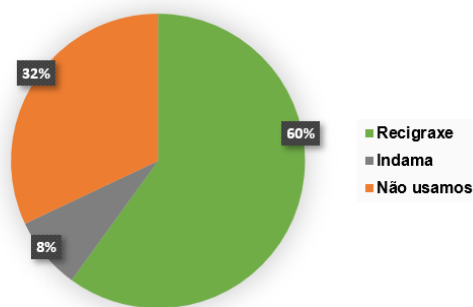


Fonte: O autor, 2021.

Visando conhecer a destinação que é dada ao óleo de cozinha usado em restaurantes, foi observado que 68% dos lojistas fazem a correta destinação com empresas especializadas e licenciadas; e 32% alegaram não fazer uso desse tipo de resíduo, portanto não havendo deficiência na gestão (Figura 22).

Figura 22 – Percentual de restaurantes que destinam corretamente o óleo de cozinha usado.

22- Em caso de restaurantes, qual a destinação dada a geração de óleo de cozinha usado no estabelecimento?

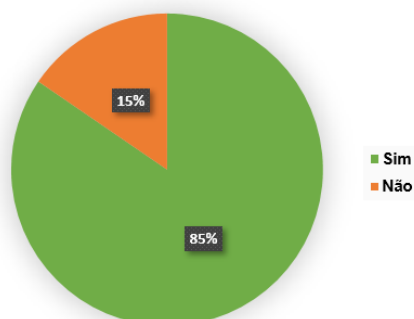


Fonte: O autor, 2021.

Conforme mostra a Figura 23, 85% dos vendedores têm ciência que o óleo de cozinha usado é passível de reciclagem, resultado importante para estimular o descarte correto de resíduos. Há empresas que coletam esses resíduos nos restaurantes e efetuam o pagamento por litro do óleo usado ou troca por produtos de limpeza. Essa prática tem contribuído de forma significativa com a conscientização dos funcionários e consequentemente a correta destinação.

Figura 23 – Percentual de vendedores que tem conhecimento sobre a reciclagem do óleo de cozinha usado.

23-Tem conhecimento de que o óleo de cozinha pode ser reciclado?



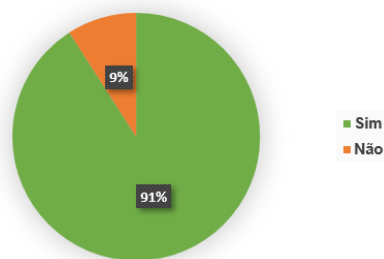
Fonte: O autor, 2021.

91% dos entrevistados têm ciência dos efeitos nocivos do descarte irregular do óleo de cozinha usado e que essa atitude traz diversos danos não só ao meio ambiente, mas como também gastos desnecessários com a manutenção corretiva da rede hidráulica, pois sabe-se que um litro de óleo de cozinha tem a capacidade de

poluir cerca de vinte mil litros de água (Figura 24).

Figura 24 – Percentual de vendedores que tem conhecimento os impactos causados pelo descarte irregular de óleo de cozinha usado.

24- Sabia que se o óleo de cozinha quando descartado na pia, traz diversos prejuízos ao meio ambiente e a manutenção das caixas de gordura do centro de compras?

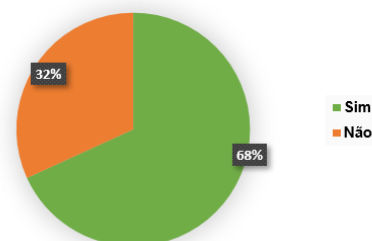


Fonte: O autor, 2021.

Ao serem questionados se tinham conhecimento sobre a existência de ecopontos (pontos de entregas voluntárias de resíduos) no empreendimento, 68% responderam que sim e 32% informaram que não (Figura 25).

Figura 25 – Percentual de vendedores que tem conhecimento os impactos causados pelo descarte irregular de óleo de cozinha usado.

25) Sabia que esse Centro de Compras dispõe de Ecopontos, que recebem reciclagem em geral, pilhas, baterias, eletrônicos e óleo de cozinha usado de clientes e funcionários?



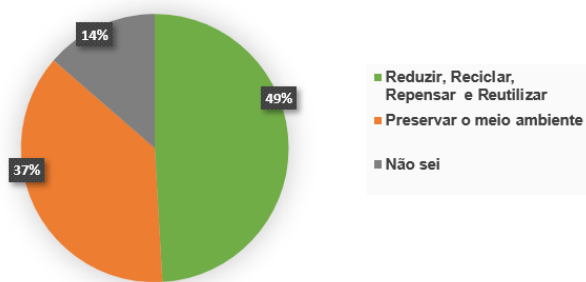
Fonte: O autor, 2021.

Apesar da maioria informar que tem conhecimento, muitos ainda não fazem uso, conforme questionamentos anteriores, demonstrando a necessidade de realizar mais ações que estimulem o uso desses pontos de coleta.

Para finalizar, quando os vendedores foram questionados sobre o conceito de sustentabilidade 49% associaram a gestão de resíduos sólidos; 37 % associaram a preservação do meio ambiente; e 14% alegaram não ter conhecimento sobre o assunto (Figura 26).

Figura 26 – Conceito de sustentabilidade.

26) Diante do exposto, para você o que é ser sustentável?



Fonte: O autor, 2021.

AÇÕES REALIZADAS

Diante do exposto, foi realizado algumas reuniões com setores específicos do empreendimento, a fim de buscar estratégias para a melhoria na gestão ambiental.

SUSTENTÁVEIS

Foram propostas algumas ações, dentre elas: visita dos cooperados da Cooperativa de Reciclagem nas lojas, a fim de apresentar o sistema de gestão existente e o trabalho desenvolvido pela Cooperativa; criação de vídeos educativos sobre a gestão de resíduos, para transmissão via WhatsApp e Intranet; trocas sustentáveis em pontos estratégicos, a fim de divulgar os ecopontos e centrais de reciclagem existentes e com isso doar squeezes ou copos, visando a diminuição do uso de descartáveis nas lojas; criação de oficinas para confecção de recipientes de armazenamento temporário de resíduos e posteriormente distribuição nas lojas, já que muitos alegaram que não fazem a coleta seletiva devido à ausência de coletores apropriados e esses apresentam custo alto; melhoria na divulgação das ações sustentáveis que já acontecem no empreendimento, para melhor engajamento e participação do público alvo, estendendo a divulgação no refeitório, áreas de descanso, pontos de ônibus e locais de maior visibilidade dos vendedores.

Acredita-se que conhecendo de perto o trabalho social que é desenvolvido, pode haver um engajamento maior por parte dos envolvidos.

No decorrer do desenvolvimento do presente estudo, foram realizadas visitas nas cento e dez lojas que participaram da pesquisa, pela equipe de educação ambiental da Cooperativa de Reciclagem, com o intuito de divulgar o trabalho socioambiental que é desenvolvido no estabelecimento, em parceria com a Cooperativa (Figuras 27, 28 e 29).

As visitas ocorreram entre os dias 16 e 18 de agosto, entre 14h e 18h, com a presença de uma equipe de cinco educadores ambientais e uma representante do setor ambiental do centro comercial.

Figura 27. Visita aos restaurantes pela equipe da cooperativa de reciclagem.



Fonte: O Autor, 2021.

Figura 28. Visita as lojas pela equipe da cooperativa de reciclagem.



Fonte: O Autor, 2021.

Figura 29. Equipe de Educação Ambiental da Cooperativa de reciclagem.



Fonte: O Autor, 2021.

As visitas foram bem aceitas pela maioria dos vendedores, que interagiram e tiveram a oportunidade de tirar dúvidas sobre a separação correta dos resíduos. Destacando que houve resistência por parte de alguns vendedores, pois alegaram falta de tempo.

A ação foi considerada positiva, pois muitos comerciantes informaram desconhecer detalhadamente o trabalho desenvolvido pelos cooperados, demonstrando a importância do fortalecimento da gestão ambiental do Centro Comercial com todos os atores envolvidos.

Dando continuidade ao cumprimento das etapas propostas e diante da dificuldade dos vendedores visitarem as instalações da Cooperativa, foi elaborado um roteiro para a criação de vídeos educativos de curta duração, distribuídos semanalmente por meio eletrônico interno, apresentando a importância da reciclagem e dos benefícios proporcionados não só para o meio ambiente, mas como também para a geração de renda. Segue roteiro abaixo:

- Apresentação geral da Cooperativa de Reciclagem, apresentando quantas famílias são beneficiadas e o trabalho que é desenvolvido na sede;
- Apresentações individuais das centrais de reciclagem presentes no estabelecimento, assim como o trabalho de triagem e seleção de resíduos;

- Importância da separação dos resíduos em loja, a fim de evitar a contaminação do material;
- Técnicas rápidas e fáceis de limpeza rápida dos resíduos que tem potencial de contaminar os demais materiais descartados;
- Sensibilização por meio da apresentação da história dos catadores que sobrevivem da reciclagem.

CONCLUSÕES

Conclui-se que a maioria dos entrevistados apresentam um conhecimento prévio sobre coleta seletiva e os benefícios proporcionados pela reciclagem para o meio ambiente e para a população, sendo observado respectivamente em 88% e 97% das respostas.

Contudo, segundo os dados da pesquisa, percebeu-se que 98% dos entrevistados não participaram das ações de educação ambiental promovidas pelo empreendimento e 31 % não sabem o destino dado aos resíduos sólidos gerados.

Sendo assim, pode-se observar a necessidade de investir em mais ações ambientais envolvendo o público-alvo,

a fim de promover a educação ambiental de forma mais eficaz no empreendimento. Por isso, é primordial fortalecer a percepção ambiental dos comerciantes integrando a gestão ambiental do condomínio comercial com a operação das lojas.

O meio ambiente é fonte de recursos naturais que possibilitam a nossa sobrevivência na terra, portanto o zelo pela qualidade ambiental deve ser reflexo da conduta adotada pela coletividade onde, a participação ativa de cada membro da sociedade repercute diretamente no desenvolvimento de soluções e na tomada de decisão pelo poder público, gestores ambientais e coletividade.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE LIMPEZA PÚBLICA E RESÍDUOS ESPECIAIS (ABRELPE). **Panorama dos resíduos sólidos no Brasil 2018/2019**. São Paulo: ABRELPE, 2019. Disponível em: <https://abrelpe.org.br/download-panorama-2018-2019/>. Acesso em 17 de junho de 2021.

BRASIL. **Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF. 3 ago. 2010.

DEMAJOROVIC, J. **Cadeia de Reciclagem: um olhar para os catadores**. São Paulo, 2014.

FERNANDES, R. S., SOUZA, V. J., PELISSARI, V. B. & FERNANDES, S. T. 2004. **Uso da percepção ambiental como instrumento de gestão em aplicações ligadas às áreas educacional, social e ambiental**, 2004.

LAYRARGUES, P. P. **Educação para a gestão ambiental: a cidadania no enfrentamento político dos conflitos socioambientais**, 2002.

LIMA.M.K. **Consciência ambiental e integração comunitária**. Paraná, 2013.