

**DEVOLUÇÃO DAS EMBALAGENS DE PRODUTOS ADQUIRIDOS NO ATO DAS  
COMPRAS NO COMÉRCIO VAREJISTA DE CHAPECÓ-SC**

085.316.999-32

093.818.409-11

101.147.109-45

100.343.649-86

**Chapecó/SC**

**2014**

## **RESUMO**

O projeto apresentado surgiu a partir da análise de que as embalagens, por exemplo de calçados, não possuem destino adequado quando o consumidor chega em casa e quer se desfazer das mesmas. Como as lojas para qual o projeto foi voltado, já possuem parceria com uma instituição responsável pelo trabalho de recolhimento do lixo reciclável, a viabilidade aumenta na aplicabilidade deste no sentido de intensificar a prática conservacionista. Este ato de reciclar está diretamente ligado à sustentabilidade, um tema que vem sendo abordado amplamente. As organizações têm buscado conciliar sustentabilidade, produtividade e resultado econômico, contribuindo para a preservação do meio ambiente, resultando em marketing para a imagem organizacional perante os consumidores e desenvolver assim uma vantagem competitiva.

A proposta a ser implementada no segmento do comércio varejista de Chapecó-SC, tem como objetivo recolher para reutilizar as embalagens que muitas vezes não tem o destino adequado. A proposta inicial, será desenvolvida de forma simples e prática, ou seja, ao efetuar uma compra o cliente que desejar poderá deixar a embalagem do seu produto em um recipiente oferecido pela empresa, os que não desejarem terão a opção de levar para casa e agir conscientemente. As empresas que aderirem a essa proposta terão um compromisso socioambiental celebrado pela sociedade podendo resultar na atração de mais clientes, além de outros benefícios que serão citados no decorrer do projeto.

**Palavras-chave:** Embalagens, Conscientização, Sustentabilidade e Ambiente.

## 1. INTRODUÇÃO

O período econômico positivo que o Brasil atravessa contribui para o crescente poder de compra dos brasileiros, além disso, esses consumidores estão cada vez mais ávidos por bens e artigos que lhes atendam suas necessidades de consumo. Neste sentido as empresas tentam aproveitar este cenário econômico otimista apresentando inúmeros atrativos, desde descontos, bonificações e apresentações de embalagens elaboradas com enfoque no *design* e materiais diversos, uma tentativa pela fidelização do seu cliente. Contudo, nesta crescente utilização de produtos utilizados nas embalagens de produtos verifica-se um volume expressivo e desperdícios que se tornam desnecessários, pois essa prática pode agravar o impacto ambiental pela uso indiscriminado de materiais na elaboração de embalagens culminando com a má utilização e destinação final inadequada destas embalagens, o que pode contribuir significativamente para a degradação do meio ambiente.

Pensando neste aspecto, o referido trabalho visa apresentar uma alternativa que corrobore com a utilização racional destes recursos e como proposta de estudo, verificou-se que como práxis de consumo os clientes quando adquirem seus bens e artigos no comércio, esses produtos vem envoltos e embalados em diversos materiais, o que resulta numa quantidade expressiva de material excedente e que quando finalizado o ato da compra e chegando ao lar do consumidor, de modo geral, não faz a destinação adequada destes resíduos. Com essa preocupação o presente trabalho busca apresentar uma política diferenciada, com custo reduzido, simples e aplicável, mas que trará inúmeros benefícios, tanto para o consumidor, empresas e principalmente para o meio ambiente.

A ideia central do projeto é propor uma política que beneficie o meio ambiente e para isso as empresas e a sociedade devem estar alinhadas e comprometidas com a causa, como sugestão será proporcionado uma compra consciente ou compra verde<sup>1</sup>, pois o cliente ao adquirir um artigo em uma loja varejista será incentivado a deixar todas as embalagens que envolvem os produtos levando apenas o item e como incentivo as lojas poderão utilizar descontos, bonificações ou premiações para

---

<sup>1</sup> Compra verde: pode ser conceituada neste estudo como a compra consciente, onde o cliente percebe o impacto das suas ações de consumo no meio que está inserido.

fortalecer a atividade, assim tanto o cliente, a empresa, ONGs<sup>2</sup> de reciclagem (neste caso o Programa Verde Vida de Reciclagem) e o meio ambiente saem ganhando. A empresa também poderá ser beneficiada repassando esse material reciclado para instituições ou organizações de reciclagem e poderão até ser contempladas com incentivos fiscais pelo governo municipal por sua preocupação com o meio ambiente.

### **1.1. Caracterização do Problema**

O uso de embalagens utilizadas para envolver os produtos após a finalização das compras é um ato recorrente em nosso cenário, contudo as mesmas não tem uma atenção quando saem das organizações e em alguns casos são jogadas no lixo normalmente de forma indevida, prejudicando a natureza. Deve-se analisar que são milhares de embalagens por dia que são comercializadas pelas empresas e não se sabe se estão sendo recicladas ou simplesmente sendo jogadas no lixo comum causando a degradação ambiental.

É necessário haver uma maior conscientização tanto por parte dos consumidores quanto por parte das empresas em relação à ação negativa do homem na natureza, pois é preciso utilizar formas sustentáveis de consumir e de produzir para que se possa alcançar comportamentos mais conscientes e racionais, beneficiando a nossa geração e principalmente as futuras.

O projeto ocorrerá de forma simples e prática, primeiramente será abordado como um projeto piloto e experimental e sua aplicação se dará quando a organização realizar saldões de compras, onde o produto não pode ser devolvido. No ingresso do cliente na loja e após realizarem a escolha do produto e efetivarem a compra, o cliente irá ser conduzido e orientado por um funcionário da loja para deixar a embalagem da mercadoria em um recipiente previamente identificado e elaborado para tal, que servirá para acomodar as embalagens a serem depositadas e levar somente o produto, salientando o quanto esta simples ação irá contribuir

---

<sup>2</sup> Conforme o Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa é definida como “1. Qualquer organização que não integra o Estado nem está diretamente ligada ao Governo, e cujas atividades, de natureza não-empresarial, estão voltadas para a esfera pública, esp. A prestação de serviços considerados relevantes para o desenvolvimento social [sigla: ONG]. 2. Designação genérica das entidades jurídicas de caráter privado, sem fins lucrativos, e voltadas para questões tais como movimentos populares, ecologia, políticas de saúde, direitos humanos, população de rua, minorias, etc.; seu propósito básico é, ger., o exercício da cidadania e da autonomia dos grupos que compõem a sociedade.

para o destino correto dessa embalagem para poder ser reciclada e estará consequentemente ajudando a preservar o meio ambiente. A loja também poderá conceder bonificações, premiações ou descontos ao cliente na compra de futuros produtos na respectiva organização.

Além disso, a empresa que adotar essa metodologia, será bem vista por toda a sociedade gerando um *marketing* social e ambiental positivo a favor da sua organização, reforçando seu compromisso com a preservação do meio ambiente. Desta forma a aplicação de uma política e implementação de uma prática sustentável poderá reforçar seu compromisso com a sociedade, em especial seus clientes.

## **1.2. Objetivos e Metas**

### **Objetivo Geral:**

O trabalho tem como objetivo central a busca pela diminuição do uso de embalagens no embrulho e acondicionamento de produtos logo após a finalização do ato da compra evitando o uso e o volume de embalagens produzidas e destinadas inadequadamente nos lares dos consumidores posteriormente.

### **Objetivos Específicos:**

- Apresentar uma forma adequada de devolução das embalagens;
- Conscientizar as pessoas para o consumo responsável;
- Reutilizar de maneira coerente as embalagens;
- Sensibilizar os consumidores ao senso do compromisso ambiental, e
- Reduzir a geração de resíduos e promover a sua reutilização.

### **Metas:**

O presente trabalho tem como pretensão gerar uma reflexão e análise que promova uma mudança no comportamento dos consumidores, contribuindo para a formação de um cliente mais preocupado com impacto de seu consumo e agir de

forma pró-ativa deixando no ato das compras as embalagens que acondicionam os produtos adquiridos em um recipiente específico alocado no estabelecimento. No primeiro momento, este projeto caracteriza-se como piloto e deverá ser utilizado como teste em uma loja do comércio varejista, contudo poderá ser estendido em larga escala no cenário local, regional ou estadual caso o mesmo demonstre aplicabilidade e viabilidade.

### **1.3. Justificativa**

Com o consumo de produtos que possuem embalagem reciclável crescendo de forma significativa e a falta de conscientização da população, os problemas no meio ambiente aumentam gradativamente, pois as matérias-primas utilizadas para a fabricação das embalagens são retiradas da natureza e geralmente não são repostas, então após o procedimento de transformação deste material, a mesma torna-se prejudicial ao meio ambiente, se introduzida em um local inadequado podendo também causar sérios danos para a sociedade em geral.

A reutilização diminui uma grande porcentagem dos problemas ocasionados em caso de não reutilização, vê-se então a importância da reciclagem, pois menos matérias primas naturais serão utilizadas na fabricação de novas embalagens e as que forem recicladas não terão um desfecho final inadequado, causando assim menos poluição ao meio ambiente. Conforme BETIOL et. al. (2012, p. 29):

“As empresas estão tendo que repensar sua lógica de comprar e de fazer negócio, sabendo que seus clientes, sejam eles outras empresas, o governo ou famílias, estão crescentemente preferindo produtos e serviços mais sustentáveis.”

As organizações que se comprometem com o meio ambiente são vistas de uma forma diferenciada pela sociedade, de maneira positiva. Aos olhos dos consumidores essas empresas estão preocupadas em manter um mundo melhor para a nova geração, ou seja, ao contribuir na preservação do meio ambiente as organizações acabam tendo uma maior credibilidade no mercado fazendo com que o consumidor procure este tipo de organização.

Por fim, essa preocupação com o meio ambiente e a reciclagem de embalagens como o papel, plástico e etc, trazem benefícios para a natureza, que é a mais prejudicada com as ações do homem, mas as empresas também saem

beneficiadas, pois conseguem preservar o meio ambiente e gerar uma estratégia de marketing através de suas práticas conscientes.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Callado e Fensterseifer (2009, p. 213) “a palavra sustentabilidade vem do latim *sustentare* que significa *suster*, suportar, ou seja, a possibilidade de uma organização de garantir a sua continuidade e perenidade”. Neste sentido, as organizações responsáveis e comprometidas com este equilíbrio buscam ações para otimizar processos e reduzir o impacto causado por suas ações produtivas para se garantir sua perenidade visando atender as necessidades das gerações futuras.

A sustentabilidade pode ser atribuída ao relacionamento dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais em uma sociedade. Também pode-se dizer que é a condição de uma tarefa ou um processo existir, atualmente esse termo tem sido usado para a designação de recursos naturais, que possam ser reutilizados, isto é, quando algo for descartado, poderá ser reciclado é utilizado para outros fins, como por exemplo o que foi realizado nas olimpíadas de 2010 no Canadá, as medalhas entregues aos atletas, foram feitas de sobras de metais jogados fora.

Para Goulet (2002) a sustentabilidade é uma relação de “desenvolvimento autêntico significa que uma sociedade fornece o nível ótimo de sustentação da vida, de estima e liberdade para todos os membros” e afirma ainda que “[...] a sustentabilidade necessita ser garantida em quatro domínios: econômico, político, social e cultural”.

Mas o que a sustentabilidade tem haver com as empresas? De acordo com Rezende, Nunes e Portela “A sustentabilidade é a capacidade das empresas aliar sucesso financeiro com atuação social e equilíbrio ambiental.” Muitas organizações são bem vistas pelo fato de se envolverem com o cenário ambiental, sabemos que esse compromisso não é fácil de ser mantido, porém pequenas ações fazem toda a diferença.

Conforme Munck e Borim de Souza (2009, p. 256):

“O grande desafio para estes organismos empresariais está em encontrar um modelo de gestão que alinhe rotinas, objetivos e missões

organizacionais, às responsabilidades de cada *stakeholder*<sup>3</sup> e o querer comum de preservar o ambiente, por meio de atividades econômicas responsáveis praticadas por uma sociedade ciente das responsabilidades de suas atitudes”.

De acordo com Binswanger (2002), o desenvolvimento sustentável “deve ser visto como uma alternativa ao conceito de crescimento econômico, o qual está associado a crescimento material, quantitativo, da economia”.

No contexto em que se foi analisado o comércio varejista de Chapecó, notou-se que há um grande número de empresas que se importam com meio ambiente, a maioria delas têm parcerias com entidades que desenvolvem a reciclagem e a separação dos lixos. A partir disto, viu-se que a maioria dos clientes destas lojas, não dão o destino correto para as embalagens que vem junto com a mercadoria, algumas pessoas, conseguem reutilizá-las, entretanto outras não têm esse mesmo interesse e compromisso ambiental. Essas embalagens geralmente são compostas por papel vegetal e papelão. O papel vegetal se não for dado o destino correto, não tem como ser reutilizado, em contrapartida o papelão pode ser reutilizado até oito vezes.

Mas do que o papel é feito? A principal matéria prima utilizada na fabricação de papel é a celulose extraída das árvores que são retiradas do meio ambiente para que ocorra este processo, segundo o Instituto Brasileiro de Engenharia, Arquitetura e Proteção Ambiental (IBEA), quando se é reutilizado uma tonelada de papel 10 a 20 árvores adultas deixam de ser cortadas. De acordo com BETIOL et. al. (2012, p.31) é preciso “elevar a consciência dos consumidores, facilitar o consumo sustentável e enriquecer os mercados de atributos de sustentabilidade pode ser o tripé para a necessária mudança nos sistemas de produção e consumo”.

A maior parte da sociedade, pensa que mudando algumas de suas atitudes em relação com o meio ambiente, não terão benefício para si mesmo com essa mudança, ou pior que não vai fazer nenhuma diferença para o meio onde vivemos , porém a realidade é que se cada indivíduo em sua particularidade realizar seus atos com responsabilidade e pensando no bem estar do nosso planeta, a transformação do meio e do modo de vida da sociedade será de extrema importância pois melhorará as condições de vida das gerações atuais e mais além, as gerações que ainda estão por vir.

---

<sup>3</sup> *Stakeholders*: qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou ser afetado pela realização dos objetivos dessa empresa (FREEMAN, 1984).



### 3. DESENVOLVIMENTO

#### 3.1. Métodos e Procedimentos

O dilema enfrentado pela sociedade como um todo é o fato de pensar que com o sistema de economia mundial, o capitalismo, o dever da população é prosseguir o ciclo de trabalhar - ver - comprar, sem pensar em consequências posteriores derivadas do consumo excessivo e desnecessário de produtos com curto prazo de vida, que e após o uso são despachados de forma inadequada para o espaço natural afetando negativamente todas as formas de vida presentes nestes locais. De acordo com Branco (2004), o mesmo cita:

“O verdadeiro desenvolvimento – assim como a preservação dos recursos – não está relacionado apenas com os aspectos econômicos de uma nação. O verdadeiro desenvolvimento, mais do que autossustentável, teria de ser autopreservante no sentido de procurar, ativamente, criar condições de autopreservação das culturas tradicionais, valorizando-as de modo a inibir as pressões do consumismo. [...] a extraordinária capacidade do ser humano para deformar o meio ambiente e adaptá-lo aos seus próprios interesses tem, também, suas limitações. Uma delas é o próprio homem, com suas tradições, histórias e vocação. Desrespeitá-las é desrespeitar a própria dignidade humana”. (BRANCO, 2004, p.93).

Conforme pode-se perceber na citação de Branco (2004), o desenvolvimento não para, e com ele é necessário desenvolver métodos sustentáveis para a melhoria das atitudes da população que poderá aos poucos acabar com os problemas ambientais, pequenas mudanças que podem reduzir significativamente os mesmos.

Conforme BETIOL et. al. (2012, p.25) “Todos os atores envolvidos nas relações de consumo e produção impactam e são impactados mutuamente. Cada ator deve repensar as suas formas de consumir e de produzir, utilizando os meios disponíveis para fomento de um sistema com mais atributos de sustentabilidade”.

Após um período de observação no comércio de Chapecó-SC, foi possível verificar através de pesquisa/entrevista que, as embalagens de produtos relacionadas a calçados, roupas e acessórios, não são, de modo geral, destinadas a um local adequado pelos consumidores no momento do descarte, com isso ocorre um aumento considerável de lixo em locais impróprios, os quais poderiam ser

reciclados, pois a maior parte destes materiais são constituídos de papelão e plásticos.

O reaproveitamento do papel não-funcional para produzir papel reciclado é uma alternativa de reciclagem deste estudo para aproveitar e utilizar o mesmo de maneira racional da mesma forma que o plástico pode ser absorvido pela indústria em outras aplicações produtivas sem comprometer as reservas de recursos, neste caso o petróleo. Neste sentido, o projeto delimita e propõe um conjunto de ideias que trazem para o futuro, benefícios econômicos e sociais por estarem contribuindo com a proteção do meio ambiente e seus recursos naturais e reduzindo os resíduos concentrados nos aterros.

A partir da percepção sobre o desperdício de embalagens, o projeto instigou a desenvolver uma proposta a ser apresentada no escopo deste trabalho, que visa amenizar esta situação. O projeto trata da implantação de um recipiente que acomode as embalagens a serem entregues no ato das compras, neste caso para não ter custos excessivos na implantação do mesmo, o referido recipiente poderá ser de papelão aproveitando a embalagem de algum eletrodoméstico para elaborar o mesmo, como por exemplo caixas de papelão de geladeiras, fogões ou máquinas de lavar roupas. Estes recipientes deverão ser customizados e elaborados de maneira que atraiam a atenção e instiguem a devolução das embalagens após o ato das compras.

O recipiente que acomodará as embalagens poderá conter as cores que identificam materiais como plástico, papel/papelão e outros. Também poderão contar com logomarcas de empresas parceiras que apoiam e incentivam a iniciativa, como a prefeitura municipal, ONGs e até mesmo a própria organização proponente.

O recipiente de coleta de embalagens, de acordo com o espaço ou *layout* da loja deverá ser localizado em áreas próximas ao caixa de pagamento, setor de entregas de produtos ou próximo a saída da loja para melhor atender a proposta, contudo a loja deverá observar o que mais lhe é cabível.

A proposta, piloto e experimental, será aplicada na empresa Pittol Calçados, para quando ela realizar queimas de estoque (saldões promocionais) por exemplo, onde não é permitido a devolução ou troca de produtos. Nestas situações promocionais, muitas embalagens que envolvem os produtos não tem reutilização ou não recebem o destino correto. Neste caso os clientes terão a opção de deixar as embalagens ou não no recipiente de coleta seletiva que estará na loja, essa opção

será repassada ao cliente através de um funcionário da organização e nesse recipiente será utilizada única e exclusivamente para a coleta destes materiais, para que assim sejam destinados à reciclagem ou reutilização.

Caso a empresa verifique a aplicabilidade e atendendo a legislação vigente de defesa do consumidor, poderá empregar esta prática em seu contexto enfatizando ao consumidor, fora dos períodos dos saldões.

O projeto é apenas para os dias de saldões promocionais, pois a loja tem como regra de troca ou devolução o cumprimento da legislação de defesa do consumidor que diz que para que ocorra a troca do produto o cliente tem que ter a embalagem do produto em mãos caso contrário não poderá efetuar a troca, mas essa regra não se aplica nos dias que estará sendo realizado o saldão (queima de estoque ou situações promocionais), pois quando comprado nesse dia não pode ser realizado a troca ou devolução do produto.

Na Figura 1 pode-se observar um modelo de recipiente de embalagens aplicado pela empresa Sustentare Engenharia Ambiental e que poderia ser configurado e adequado a proposta deste trabalho.

Figura 1 - Sistema de coleta seletiva.



Fonte: Sustentare Engenharia Ambiental (2013)

A partir do momento em que o consumidor realizar seu papel de cidadão deixando seu lixo em um local correto, a responsabilidade será passada para a

empresa que por sua vez, terá que repassar a cada determinado período de tempo o recipiente com essas embalagens para uma instituição responsável pela coleta e reutilização deste material reciclável, esta instituição, preferencialmente deverá ser ligada a um órgão governamental, como por exemplo uma ONG ou mesmo a prefeitura da cidade.

Em Chapecó/SC (cidade onde visa-se aplicar o projeto), a maioria das lojas de comércio varejistas possuem parcerias com o Verde Vida<sup>4</sup>, uma instituição que possui projetos socioambientais, com o compromisso de educação ambiental e a prática da reciclagem. Esta instituição, quando parceira das organizações, responsabiliza-se pela coleta de lixos que podem ser reutilizados como por exemplo embalagens utilizadas no transporte de produtos de loja para loja. Esta coleta não possui custo monetário, a instituição tem como pagamento de seus serviços os materiais que recolhe e vende para empresas de reciclagem.

Para realizar a parceria com o Verde Vida, as organizações assinam um termo de compromisso ou mesmo um contrato, que possui termos de responsabilidade para com o meio ambiente baseados em selos de responsabilidade. Na aplicação da proposta as coletas que já são realizadas em longos espaços de tempo e que têm como objetivo recolher embalagens de transporte passariam a ser realizadas com mais frequência, de preferência diariamente para que assim suprissem o volume de embalagens que passaria a ser significativamente grande se relacionado à quantidade de produtos consumidos no dia a dia.

O papel mais importante das organizações que por ventura viessem a adotar esta ideia, será o de conscientizar seus clientes sobre a importância em se ter como regra de vida o respeito aos 4 R's (reduzir, reutilizar, recuperar e reciclar) para que o planeta seja cada vez menos prejudicado. Esta conscientização viria de divulgações sobre a nova forma de coleta de embalagens, com foco na importância em não levar estas para casa e então despachá-las em locais inadequados. Estas campanhas seriam preferencialmente expostas na mídia, para que assim atingissem um grande número de espectadores e conseqüentemente obtivessem maior relevância.

---

<sup>4</sup> Verde Vida: Uma Organização Não-Governamental que não visa lucros e atua desde 1994 no município de Chapecó, desenvolvendo um importante trabalho social, educacional e ambiental.

### **3.2. Custos do Projeto**

Segundo a Terceira lei de Newton “para toda a ação há uma reação”, isto quer dizer que, para obter benefícios e vantagens em algo utiliza-se inicialmente de alguma forma de investimento, neste caso monetário.

As vantagens que serão oferecidas na adoção deste projeto, terão relação direta com a qualidade de vida do homem e do meio onde se encontra, para a organização que tomar como iniciativa seguir os passos do mesmo, terá como vantagem o fato de ser bem vista pela sociedade em seu respeito para com a natureza.

Os custos gerados por esta proposta serão baixos, pois nas organizações onde esta for adotada, apenas um recipiente para depósito das embalagens deverá ser providenciado, este recipiente deverá ser identificado e customizado de uma forma que atraia a atenção dos clientes e incentive a prática conciente de devolução das embalagens após o ato das compras.

Para a divulgação do projeto não será necessário um comercial específico para o mesmo, pois este poderá ser incorporado no *slogan* comercial da empresa. As parcerias com organizações, como o Verde Vida por exemplo, poderão atrair as emissoras e mídias sociais atraindo suas atenções para expor e divulgar a prática e a importância abordagem citada.

Para incentivar as empresas a aderirem a essa prática de reciclagem, a Prefeitura Municipal poderá conceder incentivos fiscais em sua política econômica, criando assim uma relação mais próxima e interessada com as empresas de seu meio e a preservação ambiental.

### **3.3. Resultados obtidos e/ou esperados**

O que se espera na aplicação deste projeto é poder contribuir, mesmo que de forma indireta, no destino correto das embalagens, para que estas possam ser recicladas e reutilizadas, preservando assim os recursos naturais, que já estão escassos, diminuindo a quantidade de lixo jogado nas ruas e diminuindo conseqüentemente os impactos ambientais, causados por atos irresponsáveis, gerando diversos benefícios que serão capazes de melhorar a forma de vida das atuais gerações e quem sabe salvar a existência das gerações futuras.

#### 4. CONCLUSÃO

Conforme pesquisas e entrevistas com gestores e empresas, foi possível verificar que o projeto tem viabilidade e aplicabilidade, porém se qualquer uma das partes envolvidas não realizar seu papel de forma adequada, o resultado final não será o esperado, pois todas as etapas da aplicação do mesmo são de extrema importância. Na prática, uma das partes poderá não realizar seu papel de forma adequada, como por exemplo os consumidores poderão mesmo com tanto foco destinado ao projeto não retirar o produto da embalagem no local da compra, e preferirem levar os mesmos para casa e lá jogarem no lixo não reciclável que não é o adequado, neste caso então a proposta deverá focar na conscientização dos consumidores, até o momento destes adotarem a ideia como um ato do cotidiano.

Esta proposta se implantada e seguida de forma coerente trará uma grande mudança para todo o âmbito social, pois uma das maiores preocupações presentes dentre a população é com o meio ambiente, que está com seus recursos escassos, e o pouco que possui, é de qualidade reduzida. Acredita-se que de início a aplicação deste projeto terá pequenos resultados, porém após um período de tempo, espera-se que os resultados sejam extremamente significativos, trazendo uma brusca mudança tanto para a forma de pensar da população, quanto para o aumento de papel reciclado e diminuição de árvores retiradas da natureza. Caso esta ideia passar para outras cidades, os resultados só aumentarão beneficiando cada vez toda a sociedade.

É um trabalho inicial e o mesmo pode apresentar limitações ou pontos falhos, contudo poderão ser aperfeiçoados para sua real aplicação, porém é o ponto inicial de uma filosofia que busca mudar o comportamento inadequada de uma sociedade que precisa rever seus conceitos de consumo e de destinação de resíduos.

#### REFERÊNCIAS

BETIOL, L. S.; UEHARA, T. H. K.; LALOË, F. K.; APPUGLIESE, G. A.; ADEODATO, S.; RAMOS, L. e MANZONI NETO, M. P. **Compra sustentável**. São Paulo: Gestão pública e cidadania, 2012.

BINSWANGER, H. C. **Fazendo a sustentabilidade funcionar**. In: CAVALCANTI, C. (org.). Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas. 4 ed, São Paulo: Cortez, 2002.

BRANCO, S. M. **O Meio Ambiente em Debate**. 3. Ed. Edição reformulada, 45ª impressão. São Paulo: Moderna, 2004.

CALLADO, A. L. C.; FENSTERSEIFER, J. E. **Indicadores de sustentabilidade**. In: ALBUQUERQUE, J. de L. Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Atlas, 2009.

FREEMAN, R. E. **Strategic management: a stakeholder approach**. Boston: Pitman, 1984.

GOULET, D. **Desenvolvimento autêntico: fazendo-o sustentável**. In: CAVALCANTI, C. (org.). Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas. 4 ed, São Paulo: Cortez, 2002.

MUNCK, L.; SILVA, A. L.; SOUZA, R. B. **Aproximando Guerreiro Ramos e Bruno Maggi: em busca das capacidades dinâmicas**. *Revista Brasileira de Estratégia*, v. 2, n. 3, p. 257-271, 2009.

**Cidades Cinco Exemplos de Sustentabilidade**. Disponível em: <<http://thecityfixbrasil.com/2013/07/16/cidades-cinco-exemplos-de-sustentabilidade/>>. Acesso em: 24 de julho de 2014.

**Dicionário Aurélio Online**. Disponível em: <<http://www.dicionariodoaurelio.com/>>. Acesso em 26 de Julho de 2014.

**Gestão e Sociedade**. Disponível em: <<http://www.gestaoesociedade.org/gestaoesociedade/article/view/667>>. Acesso em: 25 de julho de 2014.

**Meio Ambiente**. Disponível em: <[http://www.ibe.org.br/meio\\_ambiente.html](http://www.ibe.org.br/meio_ambiente.html)>. Acesso em: 24 de julho de 2014.

**Nino Carvalho**. Disponível em: <<http://www.ninocarvalho.com.br/marketing-digital/o-que-sao-stakeholders-ou-ublicos-de-interesse/>>. Acesso em: 25 de julho de 2014.

**Sustentare Engenharia Ambiental**. Disponível em <<http://teresinadiario.com/noticias/mais-noticias/postos-de-entrega-voluntaria-de-lixo-sao-reestruturados-em-teresina/>>. Acesso em: 26 de Julho de 2014.

**Verde Vida**. Disponível em: <<http://www.verdevida.org.br/br/pagina.php?menu=conheca>>. Acesso em: 24 de julho de 2014.