

Research Paper

Práticas sustentáveis dos supermercados para reduzir o uso de sacolas plásticas descartáveis

Sustainable supermarket practices to reduce the use of disposable plastic bags

Submitted in 22, September 2020

Accepted in 8, March 2021

Evaluated by a double blind review system

DANIEL CABRAL¹
THIAGO FERNANDES²
RIVIANE SOUSA³
SUELLEN REIS⁴

RESUMO

Objetivos: Este artigo analisa como os supermercados desenvolvem práticas sustentáveis para reduzir o uso de sacolas plásticas. As alternativas sugeridas pelos supermercados para substituição das sacolas plásticas são evidenciadas no trabalho.

Metodologia: A pesquisa qualitativa é de natureza exploratória. Estudos de casos múltiplos foram aplicados em quatro supermercados brasileiros de grande porte. A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas com os diretores das empresas e pesquisa documental. Os dados coletados nas entrevistas foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo.

Resultados: Os resultados indicaram que os supermercados reconhecem a sua importância na solução dos problemas causados pelo uso das sacolas plásticas descartáveis distribuídas aos consumidores. Os supermercados dependem de pelo menos dois componentes essenciais para desenvolver práticas sustentáveis mais efetivas para reduzir o uso de sacolas plásticas: (1) maior conscientização ambiental dos consumidores; e (2) leis que regulem o uso de sacolas plásticas descartáveis no Brasil.

Limitações da pesquisa: A pesquisa limita-se a uma exploração com quatro supermercados de grande porte.

Originalidade: O artigo inova ao explorar as práticas sustentáveis dos supermercados e pretende contribuir com o preenchimento desta lacuna.

Palavras-Chave: sacolas plásticas descartáveis, sustentabilidade, supermercados, redução de resíduos, legislação ambiental.

¹ Federal Rural University of Amazonia. E-mail: danicabral@msn.com.

² Federal Rural University of Amazonia. E-mail: thiago.ufra.pa@gmail.com.

³ Federal Rural University of Amazonia. E-mail: riviane_bruna@hotmail.com.

⁴ Federal Rural University of Amazonia. E-mail: suellenmarques89@gmail.com.

ABSTRACT

Purpose: This article analyses how supermarkets develop sustainable practices to reduce the use of plastic bags. The alternatives suggested by supermarkets for replacing plastic bags are highlighted in the work.

Design/methodology/approach: Qualitative research is exploratory in nature. Multiple case studies were applied in four large Brazilian supermarkets. Data collection took place through interviews with company directors and documentary research. The data collected in the interviews were analyzed using the content analysis technique.

Findings: The results indicated that supermarkets recognize their importance in solving the problems caused using disposable plastic bags distributed to consumers. Supermarkets depend on at least two essential components to develop more effective sustainable practices to reduce the use of plastic bags: (1) greater environmental awareness among consumers; and (2) laws that regulate the use of disposable plastic bags in Brazil.

Originality/value: The article innovates by exploring the sustainable practices of supermarkets and aims to contribute to filling this gap.

Keywords: disposable plastic bags, sustainability, supermarkets, waste reduction, environmental laws.

1. Introdução

O consumo exagerado de sacolas plásticas no mundo pode ser considerado um dos grandes desafios ambientais do século XXI. A proibição de sacolas plásticas descartáveis está entre as intervenções políticas mais populares adotadas pelos governos para combater os danos associados aos plásticos. Alguns países proibiram o fornecimento gratuito das sacolas plásticas descartáveis pelos supermercados aos seus consumidores, como Bangladesh, Quênia, África do Sul, Ruanda, Maurítânia, Índia, China, França, Argentina, EUA e México (Jakovcevic et al., 2014). Embora existam projetos de leis atualmente em tramitação no congresso nacional e algumas ações desenvolvidas nos âmbitos municipais e estaduais, o Brasil ainda não proibiu expressamente o fornecimento de sacolas plásticas.

O objetivo final das políticas de proibição do fornecimento gratuito de sacolas plásticas descartáveis pelos supermercados é alterar o comportamento do consumidor, ou seja, restringir o consumo de sacolas plásticas descartáveis e estimular o uso de sacolas reutilizáveis (Ritch, Brennan, & MacLeod, 2009; Taylor & Villas-Boas, 2016; Wagner, 2017). As sacolas plásticas descartáveis trazem comodidade aos supermercadistas e consumidores, mas há um custo substancial para o meio ambiente e para os municípios que buscam manter suas ruas e cursos d'água limpos (Taylor & Villas-Boas, 2016).

A substituição das sacolas plásticas descartáveis por alternativas ambientalmente mais sustentáveis tornam-se cada vez mais uma necessidade para a sociedade. Os consumidores que estão sob pressão social tendem a reduzir o uso de sacolas plásticas descartáveis e passam a usar outras alternativas, como as sacolas reutilizáveis feitas de pano (Ari & Yilmaz, 2017). Outro aspecto importante é o comportamento do consumidor perante as novas necessidades de ajustes nos seus hábitos de consumo. Os consumidores são atores importantes e exercem responsabilidades informadas e autônomas em relação aos seus valores e preocupações ambientais (Cherrier, 2006).

Estudos recentes discutiram alguns aspectos do comportamento do consumidor em relação ao uso de sacolas plásticas descartáveis (Ari & Yilmaz, 2017; Khoiruman & Haryanto, 2017; Muralidharan & Sheehan, 2018; Sun, Wang, Li, Zhao, & Fan, 2017; Wagner, 2017). Os resultados comuns dos estudos sugerem que consumidores mais conscientes ambientalmente podem contribuir para a redução no uso de sacolas plásticas descartáveis.

Este estudo pretende preencher lacunas da literatura internacional sobre a perspectiva dos supermercados na identificação de práticas sustentáveis para reduzir o uso de sacolas plásticas descartáveis. A importância da investigação está relacionada à dificuldade que os supermercados podem enfrentar ao propor alternativas sustentáveis que substituam as sacolas plásticas descartáveis. A reação dos consumidores e suas implicações podem afetar as práticas sustentáveis dos supermercados. Neste contexto, o objetivo deste artigo é analisar como os supermercados desenvolvem práticas sustentáveis para reduzir o uso de sacolas plásticas descartáveis. As alternativas sugeridas pelos supermercados para substituição das sacolas plásticas estão evidenciadas no trabalho.

O artigo é desenvolvido em cinco seções, incluindo esta seção introdutória. A segunda seção apresenta uma revisão da literatura internacional sobre o tema. A terceira seção descreve os procedimentos metodológicos e a quarta seção analisa os resultados da investigação. Por fim, a quinta seção apresenta as considerações finais da investigação.

2. Revisão de literatura

2.1 Dinâmica de uso das sacolas plásticas descartáveis

O plástico está presente em quase todas as atividades humanas, sendo utilizado para as mais variadas funções, entretanto, seu descarte incorreto condiciona sérios danos ao meio ambiente. Criada na década de 1970, as sacolas plásticas tornaram-se populares entre os consumidores, visto que sua distribuição é feita, geralmente, de maneira gratuita pelos estabelecimentos comerciais, oferecendo ao consumidor uma forma prática para guardar e transportar o produto adquirido (Fabro, Lindemann, & Crispim Vieira, 2007). Entre 500 bilhões e 1 trilhão de sacolas plásticas descartáveis são consumidas em todo o mundo anualmente (Ministério do Meio Ambiente do Brasil, 2013).

Alguns países proibiram o uso de sacolas plásticas descartáveis, nomeadamente, na África do Sul, Ruanda, Mauritânia, Uganda, Quênia, Tunísia, Sudão do Sul e Tanzânia proibiram o uso total, na Europa, as restrições totais foram impostas na Itália, França, Holanda e restrições parciais em Portugal, Espanha, Grécia e Irlanda, na Ásia, destacam-se a Arábia Saudita, China, Mongólia e Paquistão com restrições totais, Coreia do Sul e Japão com restrições parciais, e nas Américas, Peru, Uruguai e Panamá com restrições totais e Bolívia, Chile e Venezuela com restrições parciais (The Economist, 2019).

A proibição de sacolas plásticas na Austrália foi amplamente apoiada quando introduzida pela primeira vez em 2011, entretanto, esse apoio pode ser atribuído ao simbolismo associado às sacolas plásticas, à sensação de que os consumidores estão contribuindo para a redução do consumo de sacolas plásticas e ao papel que as políticas de sacolas plásticas podem desempenhar na conscientização ambiental (Macintosh, Simpson, Neeman, & Dickson, 2020).

No ano de 2012, a mídia brasileira trouxe à tona uma discussão sobre a substituição das sacolas plásticas nos supermercados, principalmente em função de projetos de lei que proíbe o uso nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. A Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (ASSERJ) revela que o consumo de sacolas plásticas

descartáveis reduziu em 39% no primeiro mês após a Lei Estadual 8.006/18, que restringe a distribuição das sacolas pela rede varejista “retalho”, entrar em vigor (Granda, 2019).

A medida adotada em algumas cidades no país dividiu a opinião pública, e a questão balizadora da polêmica consiste em que ponto o não fornecimento de sacolas plásticas por redes de supermercado pode ser benéfico para a redução deste resíduo (Ribeiro, 2019). Segundo Ministério do Meio Ambiente do Brasil (2013) são distribuídas cerca de 1,5 milhão de sacolas plásticas descartáveis por hora e, geralmente, essas sacolas são utilizadas somente para carregar o que foi comprado em supermercados ou lojas, sendo em seguida descartadas em lixeiras ou no ambiente.

A utilização das sacolas plásticas acontece por uma questão cultural e de comodidade, mesmo a maioria dos usuários sendo conscientes dos impactos ambientais que o uso exagerado causa (Oliveira et al., 2012). Compreender os aspectos culturais envolvidos e desenvolver alternativas que proporcionem comodidade aos usuários para carregar suas compras podem ser partes das ações que são discutidas para solucionar os problemas ambientais causados pelo uso das sacolas plásticas.

As discussões podem ser regidas por meio de audiências públicas em espaços diferentes para a participação do máximo dos grupos sociais e a busca deve ser por alternativas para a solução do problema. Entre as opções sustentáveis está a substituição das sacolas plásticas tradicionais por sacolas 100% biodegradáveis, comparando com a realidade dos demais países pelo mundo, que já adotam a distribuição de sacolas produzidos por materiais que se alto degradam em contato com os fatores ambientais (Rivers, Shenstone-Harris, & Young, 2017).

Quando os consumidores utilizam as sacolas plásticas pensando no seu correto descarte, essa atitude pode ser considerada como ambientalmente consciente. O caráter informativo e a busca por isto em rótulos, embalagens, folhetos, meios de comunicação, internet, marca esta nova estratégia de consumo ambientalmente consciente.

Cabe salientar que nessa procura por atributos considerados ambientalmente conscientes, denominados de consumos verdes ou ecológicos nos produtos, seu ponto de vista “ecológico” faz com que o consumidor seja responsável por uma nova racionalização no ato da compra, desta maneira, o consumidor verde reconhece a necessidade de mudanças em seu estilo de vida e busca hábitos de consumo que visem o menor impacto ambiental possível (Horst & Dalmoro, 2012).

2.2 Práticas sustentáveis e alternativas para as sacolas plásticas

A consciência ambiental por parte de consumidores e supermercados poderá permitir um avanço na pauta de sustentabilidade. A utilização de sacolas feitas com materiais recicláveis ou duráveis pode ser uma solução inicial ao problema, embora a finalidade de uso deve ser consciente. As sacolas feitas com materiais recicláveis ou duráveis também precisam de um tratamento específico, pois caso contrário, poderão poluir o ambiente da mesma maneira que as sacolas plásticas descartáveis poluem (Sharp, Høj, & Wheeler, 2010).

Uma alternativa para o uso das sacolas plásticas descartáveis está associada com a sua substituição por meio de um consumo sustentável, a produção gradativamente menor das quantidades de lixo e a destinação com o menor impacto ambiental possível dos resíduos (Santos, Freire, Costa, & Manrich, 2012).

Uma solução barata e ecologicamente correta para acomodar as compras é o uso de caixas de papelão, que podem ser recicladas após um intenso período de uso (Queiroz & Garcia, 2010). Outra prática sustentável é o reaproveitamento das sacolas plásticas pelos consumidores no momento das compras, entretanto, devido aos hábitos das pessoas não carregarem as sacolas plásticas no momento das compras e utilizarem para acondicionar o lixo doméstico, essa opção sustentável necessita de um engajamento maior dos consumidores.

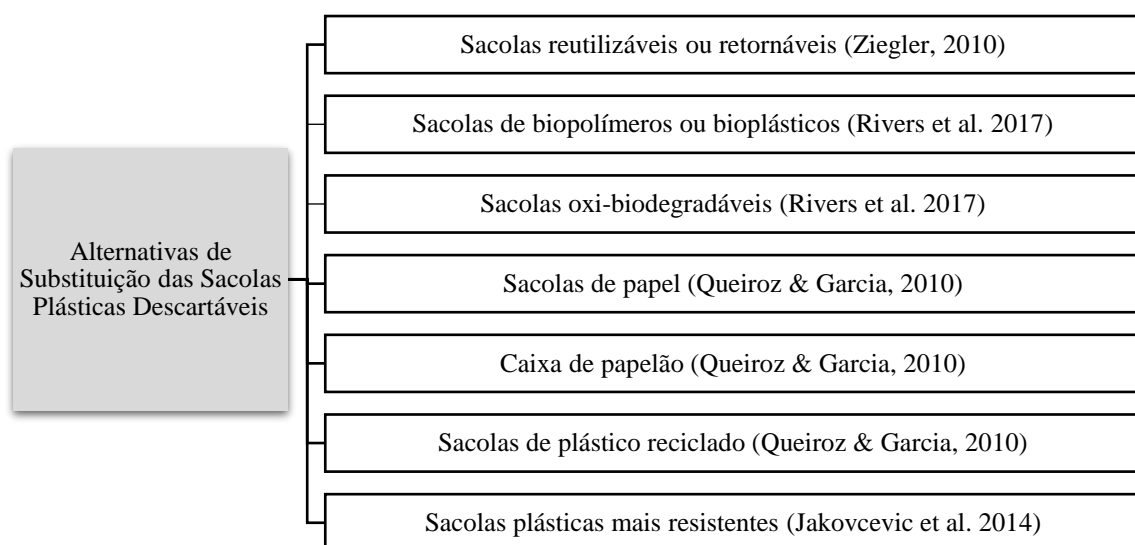
Alguns consumidores possuem o hábito de reforçar o carregamento de suas mercadorias utilizando duas ou mais sacolas, a utilização de sacolas plásticas mais resistentes poderia contribuir para a redução deste consumo, visto que, as sacolas mais resistentes podem carregar mais mercadorias e suportar maior peso e volume. Para Jakovcevic et al. (2014), as sacolas duráveis ou retornáveis podem ser opções mais sustentáveis em termos de consumo energético na produção e uso.

Um dos princípios mais importantes no momento da escolha do meio para carregar as compras, sob o ponto de vista da preservação ambiental, é observar a durabilidade e capacidade de reutilização das sacolas. As sacolas de pano e as *ecobags* (feitas com polietileno, porém reutilizáveis, mais duráveis e resistentes) se destacam como meios alternativos e mais sustentáveis, pois quanto maior a reutilização das sacolas menor será sua produção e conseqüentemente menores serão os impactos ambientais (Ziegler, 2010).

A cobrança das sacolas plásticas pode ser uma opção para o consumo mais consciente, embora não elimine os impactos ambientais. Na Europa, a Irlanda foi o primeiro país a realizar algo para minimizar o impacto provocado pelas sacolas plásticas, sendo criado em 2002, um imposto de € 0,15 ao consumidor por cada sacola plástica distribuída. O consumo de sacolas plásticas foi reduzido em 90% e o imposto arrecadou € 23 milhões no primeiro ano, tendo essa arrecadação destinada para projetos ambientais (Fabro et al., 2007).

A Figura 1 apresenta algumas possíveis alternativas de substituição das sacolas plásticas convencionais:

Figura 1 – Alternativas de substituição das sacolas plásticas descartáveis



Fonte: Dados da pesquisa.

3. Metodologia

A investigação é de natureza exploratória. O estudo exploratório é particularmente útil para a compreensão de um problema, quando não há certeza da natureza exata do problema (Yin, 2018). Um estudo exploratório é um meio valioso para descobrir o que está acontecendo, buscar novas ideias, fazer perguntas e avaliar fenômenos sob uma nova perspectiva (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2009).

A técnica utilizada foi o estudo de múltiplos casos, pois tem como propósito conhecer profundamente o fenômeno (Yin, 2018) e ocorreu em quatro supermercados brasileiros na cidade de Parauapebas, estado do Pará. A cidade de Parauapebas está localizada na região amazônica brasileira e destaca-se por ter em seu território a maior jazida de minério de ferro a céu aberto do mundo, que fica na Serra de Carajás, e é explorada pela empresa de mineração brasileira Vale (Vale, 2020). Parauapebas apresenta grande relevância na balança comercial brasileira e em 2016 alcançou o posto de maior município exportador do Brasil, com US\$ 7,62 bilhões (€ 6,45 bilhões) em valores totais exportados (Ministério da Economia, 2020).

Os supermercados que compõem a amostra foram escolhidos pelos seguintes critérios de seleção: 1) ser enquadrado como empresa de grande porte, tendo faturamento anual acima de R\$ 4,8 milhões (€ 757 mil), conforme determinação do Banco Nacional de Desenvolvimento Social - BNDES (2018); 2) possuir estacionamento para clientes com no mínimo 50 vagas. 3) ter pelo menos cinco anos de funcionamento; e 4) permitir livre acesso dos pesquisadores as dependências dos supermercados. Esses critérios proporcionaram a coleta de dados em supermercados com elevado número de clientes e com tempo mínimo de funcionamento, permitindo uma análise ampliada.

O desenho da pesquisa e a coleta de dados foram realizadas em três etapas. A primeira etapa foi o desenvolvimento da revisão de literatura sobre as práticas de sustentabilidade ambiental relacionadas ao consumo de sacolas plásticas descartáveis. A segunda etapa a coleta de dados por meio de entrevistas com quatro diretores de supermercados. As entrevistas ocorreram nos meses de junho e julho de 2019.

Um roteiro foi desenvolvido para as entrevistas. O propósito do roteiro é padronizar os dados coletados e facilitar as análises. As entrevistas foram realizadas de maneira flexível e sem tempo mínimo de duração. O entrevistado poderia explicar detalhadamente suas opiniões e novas questões poderiam surgir durante a entrevista. A flexibilidade permite ir além do pré-estabelecido inicialmente, haja vista que, por tratar-se de um estudo exploratório, o fenômeno estudado não é controlado pelos pesquisadores (Yin, 2018). A duração média das entrevistas foi de três horas e as respostas gravadas com autorização do respondente e inseridas em um *notebook* no momento da coleta de dados.

A terceira etapa foi a análise dos dados coletados. Primeiramente, as características de cada supermercado foram descritas. Em seguida, para analisar os dados coletados e produzir os resultados deste trabalho, foram feitas comparações entre as respostas de cada diretor e realizada uma discussão entre os pesquisadores sobre os resultados encontrados. As comparações das respostas permitiriam perceber as opiniões semelhantes e diferentes dos entrevistados.

4. Análise dos resultados

Esta seção está dividida em duas partes. A primeira parte apresenta as características de cada supermercado. Os supermercados que participaram do estudo tiveram a sua identificação preservada e foram adotadas as letras A, B, C e D para denominação. A

segunda parte analisa os dados coletados nas entrevistas realizadas com os diretores dos supermercados e discute as práticas de sustentabilidade dos supermercados e propostas de redução da utilização de sacolas plásticas descartáveis.

4.1 Características dos supermercados

4.1.1 Supermercado A

O Supermercado A é uma empresa de grande porte e possui mais de 22 mil funcionários em todo o grupo, sendo que na unidade de Parauapebas existem 381 colaboradores fixos. O grupo está presente em 39 cidades, totalizando 106 lojas. É considerada a sexta maior empresa de varejo alimentar do Brasil.

De acordo com os dados coletados, o Supermercado A não possui sacolas retornáveis para venda. A empresa oferece palestras aos funcionários sobre a importância da utilização das sacolas retornáveis e disponibiliza gratuitamente para os consumidores pequenas caixas de papelão (provenientes das embalagens dos produtos adquiridos pelo supermercado) na entrada do estabelecimento. O diretor considera que a quantidade de clientes que chegam ao supermercado portando sacolas retornáveis é insignificante, mas esse número de clientes não é contabilizado pelo supermercado.

A quantidade de sacolas plásticas descartáveis distribuídas anualmente pelo Supermercado A é 4.800.000 (quatro milhões e oitocentas mil) unidades, a quantidade mensal é 400 mil unidades e a quantidade diária média é de aproximadamente 13 mil sacolas plásticas. O diretor ressaltou que as quantidades de sacolas plásticas descartáveis podem sofrer alterações em decorrência do volume de vendas e que o material das sacolas plásticas descartáveis é de qualidade superior ao que normalmente é oferecido pelos seus concorrentes. O material utilizado na confecção das sacolas plásticas é o polietileno. O supermercado adquire as sacolas plásticas a um preço unitário de R\$ 0,16 (€ 0,03), considerando a impressão da logomarca do supermercado em todas as sacolas plásticas descartáveis.

O diretor do Supermercado A respondeu se a empresa estaria disposta a substituir as sacolas plásticas por sacolas feitas de materiais duráveis, pois desta maneira os consumidores poderiam levar as sacolas duráveis e carregar as suas compras. O diretor disse que a empresa tem interesse nesta substituição e que seria importante para reduzir custos, tanto para empresa, quanto para os consumidores, entretanto, essa decisão dependente do comportamento do consumidor.

“Se os consumidores adotassem esse hábito, para o supermercado isso seria muito bom, pois reduziria os nossos custos. Eu acho improvável que isso aconteça no curto prazo, pois vivenciamos experiências ruins com nossos clientes. Quando ocorre a falta de uma sacola plástica, os clientes brigam, reclamam e fazem até escândalos. A nossa imagem fica arranhada. A justificativa que eles usam é que as sacolas plásticas servem para colocar o lixo de casa ou que estão pagando por isso” (Diretor Supermercado A).

Foi proposto ao diretor do Supermercado A que imaginasse um cenário em que, hipoteticamente, houvesse uma proibição por lei da disponibilização de sacolas plásticas descartáveis nos supermercados do Brasil, neste caso, qual seria a atitude adotada pelo Supermercado A para adequar-se à medida? O diretor do Supermercado A disse que além de fornecer caixas de papelão, forneceria também sacos de estopa.

Uma medida que eles estariam dispostos a adotar, independente de proibição do uso de sacolas plásticas descartáveis no Brasil, é conceder pequenos descontos nas compras para os consumidores que não utilizassem sacolas plásticas descartáveis fornecidas pelos supermercados. Por fim, de acordo com a percepção do diretor, ele acredita que os consumidores não aceitariam mudar o hábito do uso de sacolas plásticas descartáveis por sacolas duráveis, pois de acordo com o que eles vivenciam diariamente, existe uma dependência do uso das sacolas plásticas e uma resistência a esta mudança por parte dos consumidores.

4.1.2 Supermercado B

O Supermercado B é uma empresa de grande porte e a unidade visitada possui 165 funcionários. De acordo com as informações fornecidas pelo diretor, o Supermercado B não possui sacolas duráveis para venda, não oferecem treinamentos ou palestras aos funcionários sobre a importância da utilização das sacolas duráveis e os seus consumidores não possuem o hábito de usar sacolas duráveis. Como alternativa para reduzir o uso de sacolas plásticas descartáveis, o diretor mencionou que o Supermercado B poderia aderir a venda de sacolas duráveis e oferecer caixas de papelão que sobram nos armazéns aos consumidores em algum momento, embora não saiba quando.

Em relação a quantidade de sacolas plásticas distribuídas pelo Supermercado B, a empresa não tem um controle efetivo sobre esse quantitativo, entretanto, o diretor estima que são disponibilizadas anualmente 1.200.000 (um milhão e duzentos mil) unidades e mensalmente mais de 100 mil unidades de sacolas plásticas descartáveis. Segundo o diretor, é comum que cada cliente leve mais de uma sacola plástica por compra. Os clientes geralmente pedem para os funcionários do Supermercado B colocarem as compras dentro de duas ou três sacolas plásticas descartáveis com a justificativa de reforçar o carregamento das mercadorias, de evitar que a sacola plástica rasgue e que os produtos caiam.

Assim como no Supermercado A, o material utilizado na confecção das sacolas plásticas descartáveis do Supermercado B é o polietileno. O preço unitário que o Supermercado B paga para adquirir as sacolas plásticas é de R\$ 0,05 (€ 0,01) centavos por unidade. A diferença de preços é devido a qualidade e capacidade de carga das sacolas plásticas descartáveis oferecidas pelo Supermercado B serem inferior as sacolas plásticas descartáveis oferecidas pelo Supermercado A.

O diretor do Supermercado B respondeu se a empresa estaria disposta a substituir as sacolas plásticas descartáveis por sacolas duráveis. O diretor explicou que neste momento não estão dispostos a adotar essa alternativa, em virtude da conduta dos consumidores.

“Quando não temos sacolas plásticas aqui no supermercado, os clientes reclamam muito. Eles não possuem o hábito de andar com sacolas retornáveis e acho que isso só vai mudar com muita educação ambiental nas escolas, talvez para as próximas gerações” (Diretor Supermercado B).

No caso hipotético da existência de uma lei que proibisse o uso de sacolas plásticas no Brasil, a atitude adotada pelo Supermercado B, seria a venda de sacolas duráveis e o de fornecer descontos aos consumidores que não fizessem uso das sacolas plásticas descartáveis. Em relação a mudança de hábito dos consumidores, para substituir o uso de sacolas plásticas por sacolas duráveis, o diretor acredita que a população brasileira em geral não está disposta a fazer essa substituição, em virtude de estarem acomodados. Segundo ele, o brasileiro sempre procura a forma mais fácil de resolver as coisas, e neste

caso, a forma mais fácil é a distribuição gratuita das sacolas plásticas pelos supermercados. Caso o Supermercado B passasse a vender as sacolas plásticas descartáveis, o diretor acredita que os consumidores iriam preferir comprar as sacolas plásticas ao invés de adotarem a utilização de sacolas duráveis.

4.1.3 Supermercado C

O Supermercado C é de grande porte e 321 funcionários trabalham na unidade visitada. A partir do dia 01 de fevereiro de 2017, o Supermercado C passou a aderir as vendas de sacolas retornáveis ou duráveis. Ao adotar essa prática sustentável, o Supermercado C teve como objetivo reeducar os clientes sobre a importância no cuidado com o meio ambiente. O diretor afirmou que a empresa realiza treinamentos com os funcionários sobre a importância da utilização das sacolas retornáveis e que os seus clientes fazem uso das sacolas duráveis personalizadas com a marca do Supermercado C. Em relação aos custos, o preço unitário das sacolas retornáveis adquiridas pelo supermercado é de R\$ 1,59 (€ 0,25) e elas são vendidas por R\$ 2,50 (€ 0,39). Já a quantidade de sacolas retornáveis vendidas mensalmente é de 32 unidades. O diretor explicou que o número de vendas mensais das sacolas duráveis poderia ser maior. Ele considera que há pouco engajamento da maioria dos consumidores em utilizar as sacolas retornáveis e esse hábito deveria fazer parte das rotinas dos consumidores.

Ao ser perguntado se o Supermercado C estaria disposto a trocar as sacolas plásticas descartáveis por sacolas feitas de material durável, o diretor respondeu que sim, mas que precisaria de uma análise mais detalhada sobre a atitude dos consumidores com a troca. Outra medida que eles estariam dispostos a realizar é a concessão de descontos aos clientes que não utilizassem sacolas plásticas descartáveis nas suas compras, no entanto, somente após uma análise de viabilidade econômica para a medida. Embora reconheça que há clientes que fazem uso de sacolas retornáveis, o diretor acredita que a maior parte da população brasileira não está interessada adquirir este hábito, pois o recebimento gratuito das sacolas plásticas descartáveis por muitos anos acomodou os consumidores.

O Supermercado C realiza o fornecimento gratuito de sacolas plásticas descartáveis para os consumidores. O material utilizado na confecção dessas sacolas é plástico 100%. A quantidade estimada de sacolas plásticas distribuídas mensalmente pelo Supermercado C é de 250 mil unidades e a quantidade anual é de 3 milhões de unidades. O custo unitário de aquisição das sacolas é de R\$ 0,04 (€ 0,01). Ao ser perguntado, se num caso hipotético, fosse criada uma lei no Brasil que proibisse a utilização de sacolas plásticas, o diretor respondeu que o Supermercado C apenas venderia as sacolas retornáveis aos clientes como alternativa de substituição.

4.1.4 Supermercado D

O Supermercado D é uma empresa de grande porte e faz parte de uma rede de supermercados presentes em cinco cidades do estado do Pará. O diretor informou que a rede possui 700 funcionários, sendo que na unidade de Parauapebas há 230 funcionários. Essa rede tem como missão ser aos clientes a melhor opção na relação custo e benefício.

Eles adotaram como política a venda de sacolas plásticas descartáveis ao preço de R\$ 0,25 (€ 0,04) a unidade e a destinação de 25% do valor arrecadado a “Associação de Pais e Amigos Excepcionais – APAE”, que é uma organização social cujo objetivo principal é promover a atenção integral à pessoa com deficiência intelectual e múltipla (APAE, 2021). Para o diretor, esta estratégia adotada para as sacolas plásticas permite a empresa

contribuir com o meio ambiente e com o desenvolvimento social, auxiliando na melhoria da qualidade de vida de pessoas portadoras de necessidades especiais.

O Supermercado D foi inaugurado em Parauapebas no ano de 2014, desde sua inauguração o supermercado optou por não distribuir gratuitamente sacolas plásticas descartáveis aos clientes, focando apenas na venda e destinando percentual à APAE. Em média são vendidas 39 mil unidades de sacolas plásticas ao mês, a um preço unitário de R\$ 0,20 (€ 0,03) para o cliente. A partir de julho de 2018, o Supermercado D começou a vender sacolas retornáveis feitas de pano, que custam entre R\$ 4,99 (€ 0,78) à R\$5,40 (€ 0,85) por unidade, dependendo da quantidade de sacolas que o cliente comprar. A venda mensal de sacolas retornáveis é em média 150 unidades.

O diretor respondeu sobre uma possível rejeição da população em relação ao não fornecimento de sacolas plásticas:

“No início isso foi muito evidente, as reclamações eram muitas e feitas diariamente, mas fomos explicando nossa filosofia e atualmente a aceitação das pessoas vem melhorando, as reclamações se tornaram menores. De fato, alguns clientes optam por não fazerem suas compras conosco devido a essa característica do supermercado, mas já estamos oferecendo alternativas, quando possível, como as caixas de papelão e os sacos de batatas. Mesmo assim, apesar das negativas de alguns clientes, o supermercado está seguro em relação ao benefício que essa prática traz ao meio ambiente, já que a finalidade das sacolas plásticas pelos clientes é a sua utilização como sacos para lixo domiciliar, e depois esse saco vai parar no meio ambiente. Assim, além da preocupação ambiental, também estamos engajados em projetos sociais e destinando parte das receitas das vendas para a APAE” (Diretor Supermercado D).

O Supermercado D desenvolveu um projeto com os funcionários e clientes, no intuito de envolver todos na filosofia da empresa. Na ocasião, foram exibidos vídeos demonstrando a quantidade de sacolas que são descartadas na natureza, o que isso impacta no meio ambiente, quanto tempo esse material leva para se decompor e outras informações ambientais. Esse tipo de abordagem ajudou a minimizar a rejeição por parte de alguns clientes, visto que, na opinião do diretor, essa prática de não fornecer gratuitamente sacolas plásticas, quando não explicada, pode ser interpretada como negativa pelos clientes.

Sobre uma eventual lei que proibisse o uso de sacolas plásticas, o diretor acredita que num futuro próximo, o Brasil vai evoluir para isso, mesmo que seja difícil mudar o hábito da nossa sociedade, a longo prazo será necessário. Sobre o Supermercado D conceder descontos para os clientes que não usassem sacolas plásticas descartáveis nas compras, o diretor disse que comercialmente não seria uma medida interessante, pois além dos clientes terem a opção de não utilizar as sacolas plásticas e levar os produtos em outros meios, os preços oferecidos já são reduzidos, pois o supermercado não fornece gratuitamente as sacolas, ou seja, apenas repassar o custo das sacolas plásticas para os clientes que desejarem.

4.2 Práticas de sustentabilidade dos supermercados

Os supermercados analisados demonstraram que percebem os impactos ambientais negativos que a distribuição de sacolas plásticas descartáveis geram ao meio ambiente, entretanto, mesmo corroborando para a possibilidade de venda de sacolas retornáveis, é

notório que os supermercados não acreditam em uma boa aceitação por parte dos clientes, uma vez que é difícil mudar os hábitos da sociedade brasileira atual. A utilização das sacolas plásticas descartáveis no Brasil é uma questão cultural e que proporciona comodidade aos consumidores (Oliveira et al., 2012).

A resistência que os supermercados encontram perante os consumidores que reclamam da não distribuição gratuita e exigem o fornecimento de sacolas plásticas descartáveis torna-se evidente na análise do consumo anual de sacolas plásticas versus o de sacolas retornáveis, conforme apresenta a Tabela 1. Apenas metade dos supermercados analisados aderiram ao sistema de vendas de sacolas retornáveis. Como não há lei que incentive esta medida, entende-se que a adoção é uma ação voluntária por parte dos supermercados, mesmo que ainda haja necessidade de distribuir sacolas plásticas descartáveis para manter a fidelidade dos clientes.

Há uma diferença grande entre a quantidade anual de distribuição de sacolas plásticas descartáveis e as vendas de sacolas retornáveis. Enquanto são distribuídas anualmente 8.868.000 (oito milhões, oitocentos e sessenta e oito mil) unidades de sacolas plásticas descartáveis pelos supermercados analisados neste estudo, apenas 2.184 (dois mil, cento e oitenta e quatro) unidades de sacolas retornáveis foram vendidas pelos supermercados. Esse quantitativo de sacolas retornáveis vendidas, representa apenas 0,02% das vendas ou distribuição de sacolas plásticas pelos supermercados analisados.

Tabela 1 – Consumo de sacolas descartáveis versus sacolas retornáveis

Empresa	Descartáveis	Retornáveis	% de sacolas retornáveis
Supermercado A	4.200.000,00	Não tem	0,00%
Supermercado B	1.200.000,00	Não tem	0,00%
Supermercado C	3.000.000,00	384	0,01%
Supermercado D	468.000,00	1800	0,38%

Fonte: Dados da pesquisa.

Em termos ambientais, deve-se considerar que o município de Parauapebas não adota o sistema de coleta seletiva de lixo, o que inviabiliza a reciclagem das sacolas plásticas. E, ainda que esse quantitativo de sacolas plásticas vendidas ou distribuídas anualmente seguisse pelo sistema de coleta de lixo local, chegando ao aterro controlado da cidade, os impactos ambientais já seriam significativos. Como proposta de solução, revela-se a necessidade de políticas públicas eficazes que orientem a população quanto aos impactos ambientais causados pelo consumo excessivo de sacolas plásticas, bem como regulamente o seu uso e distribuição no comércio.

A proibição de utilização das sacolas plásticas como única medida de redução do consumo mostra-se ineficaz (Macintosh et al., 2020). As ações devem ser coordenadas com as mudanças de hábitos dos consumidores, visando maior consciência ambiental e responsabilidade (Horst & Dalmoro, 2012).

Outro ponto relevante observado nesta pesquisa é que os supermercados analisados têm a capacidade e a disponibilidade de fornecerem outros meios de substituição das sacolas plásticas (sacolas retornáveis, caixas de papelão, sacos de estopa, sacos de batata e outros). O que pode dificultar a aceitação de meios alternativos para substituição das sacolas plásticas descartáveis por parte da população é a falta de informação sobre os impactos que a utilização das sacolas plásticas ou dos meios alternativos provoca no meio ambiente (Sharp et al., 2010).

Ações de conscientização e incentivo de mudanças de hábito com relação ao consumo das sacolas plásticas poderá ser útil na redução deste resíduo. Para as políticas públicas que poderão ser adotadas, os supermercados estão dispostos a seguirem uma lei que proíba o uso e distribuição de sacolas plásticas descartáveis no comércio varejista. Os supermercados demonstraram que uma lei que proíba o uso de sacolas plásticas contribuirá para minimizar os impactos ambientais e trariam benefícios econômicos aos supermercados e aos consumidores ambientalmente conscientes. A tabela 2 demonstra os custos anuais da distribuição de sacolas plásticas pelos quatro supermercados.

Tabela 2 – Custos anuais e unitários de distribuição das sacolas plásticas descartáveis

Empresa	Custos Anuais	Quantidade	Custo por unidade
Supermercado A	R\$ 768.000,00 (€ 121.135,64)	4.800.000	R\$ 0,16 (€ 0,03)
Supermercado B	R\$ 60.000,00 (€ 9.463,72)	1.200.000	R\$ 0,05 (€ 0,01)
Supermercado C	R\$ 120.000,00 (€ 18.927,44)	3.000.000	R\$ 0,04 (€ 0,01)
Supermercado D	R\$ 93.600,00 (€ 14.763,40)	468.000	R\$ 0,20 (€ 0,03)

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com os dados apresentados na Tabela 2, é possível constatar que a soma anual dos gastos com a aquisição de sacolas plásticas pelos quatro supermercados é de R\$ 1.041.600,00 (€ 164.290,22). Ou seja, caso o município de Parauapebas crie-se uma lei que proibisse a distribuição gratuita de sacolas plásticas descartáveis, esse custo seria reduzido dos supermercados. Os supermercados afirmaram que os consumidores seriam beneficiados, pois a redução de custo das sacolas plásticas descartáveis permitiria conceder preços menores dos produtos, embora não fosse possível estimar qual o percentual desta redução dos preços dos produtos.

5. Considerações finais

O caminho para maior consciência ambiental no consumo de sacolas plásticas descartáveis no Brasil ainda é longo e merece mais atenção da sociedade. O setor de varejo (retalho) pode atuar como incentivador da mudança do comportamento ambiental do consumidor ao oferecer alternativas mais sustentáveis do que as sacolas plásticas descartáveis.

Esta pesquisa analisou a perspectiva dos supermercados sobre a utilização de sacolas plásticas descartáveis e as possíveis implicações práticas. As alternativas de substituição das sacolas plásticas descartáveis por meios mais sustentáveis, como sacolas de pano, sacolas retornáveis, caixas e outras, também foram analisadas nesta investigação.

Embora os supermercados sejam importantes atores para solucionar o problema das sacolas plásticas descartáveis, estes não são os únicos responsáveis. As ações dos supermercados para reduzir o uso de sacolas plásticas descartáveis dependem de pelo menos dois componentes essenciais.

O primeiro é a conscientização do consumidor. A educação ambiental poderá contribuir para a formação de consumidores mais conscientes e responsáveis do seu papel no consumo. Os supermercados visam atender as necessidades e exigências dos seus clientes. Quando o consumidor passa a ter hábitos mais sustentáveis, isso refletirá em ações mais sustentáveis por parte dos supermercados que desejam manter os seus clientes fidelizados. Percebe-se que neste contexto, os supermercados agem de acordo com as demandas e necessidades dos consumidores. Enfrentar mudanças nos costumes dos consumidores

poderá reduzir as vendas, portanto, os supermercados consideram que as mudanças devem partir das ações dos consumidores.

O segundo componente essencial é a legislação ambiental. Leis que regulem o uso de sacolas plásticas descartáveis podem contribuir para solucionar o problema. A distribuição gratuita das sacolas plásticas descartáveis pelos supermercados estimulou os hábitos dos consumidores para carregar suas compras, criou uma comodidade e facilitou o consumo. A proibição da distribuição gratuita de sacolas plásticas descartáveis em supermercados é uma realidade em diversos países e demonstra ser uma ação que promove mudanças nos hábitos dos consumidores. Esta solução é considerada útil pelos supermercados, pois tratando-se de uma lei, todos deverão segui-las e isso refletirá no comportamento do consumidor.

Este trabalho pretende preencher o vasto espaço na literatura sobre alternativas para substituição das sacolas plásticas descartáveis e redução deste resíduo. O que pode ser útil para futuras pesquisas que envolvam todas as partes interessadas neste contexto, visando propor soluções efetivas para os problemas ambientais causados pelo uso das sacolas plásticas descartáveis. Cada parte envolvida possui interesses e perspectivas diferentes sobre o tema. Compreender os diferentes interesses e perspectivas permitirá avançar na elaboração de soluções.

Por fim, o artigo sugere novas pesquisas que possam compreender as perspectivas de outros participantes sobre os problemas causados pelo uso de sacolas plásticas descartáveis, como por exemplo, entender a perspectiva de consumidores e autoridades públicas. O trabalho limitou-se ao estudo de múltiplos casos com quatro grandes supermercados brasileiros, portanto, no âmbito de uma pesquisa exploratória, apresentou informações que servirão de apoio às pesquisas futuras que possam fazer inferências sobre o uso de sacolas plásticas descartáveis no Brasil.

Referências

- Ari, E., & Yılmaz, V. (2017). Consumer attitudes on the use of plastic and cloth bags. *Environment, Development and Sustainability*, 19(4), 1219–1234.
- Associação de Pais e Amigos Excepcionais – APAE. (2021). Conheça a APAE. Retrieved March 1, 2021, from <https://apae.com.br/>
- Banco Nacional de Desenvolvimento Social - BNDES. (2018). Porte de Empresas. Retrieved December 21, 2019, from <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/porte-de-empresa>
- Cherrier, H. (2006). Consumer identity and moral obligations in non-plastic bag consumption: A dialectical perspective. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5), 515–523.
- Fabro, A. T., Lindemann, C., & Crispim Vieira, S. (2007). Utilização De Sacolas Plásticas Em Supermercados. *Revista Ciências Do Ambiente On-Line Fevereiro*, 3(1), 15–23.
- Granda, A. (2019). Nova lei reduz em 39% consumo de sacolas em supermercados no Rio. Retrieved December 14, 2019, from <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-08/nova-lei-reduz-em-39-consumo-de-sacolas-em-supermercados-no-rio>

- Horst, C. R., & Dalmoro, M. (2012). Varejo e consumo consciente uma análise a partir da utilização de sacolas plásticas. *Revista Estudo & Debate*, 19(2), 81–97.
- Jakovcevic, A., Steg, L., Mazzeo, N., Caballero, R., Franco, P., Putrino, N., & Favara, J. (2014). Charges for plastic bags: Motivational and behavioral effects. *Journal of Environmental Psychology*, 40, 372–380.
- Khoiruman, M., & Haryanto, A. T. (2017). Green Purchasing Behavior Analysis of Government Policy About Paid Plastic Bags. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 1(1), 31–39.
- Macintosh, A., Simpson, A., Neeman, T., & Dickson, K. (2020). Plastic bag bans: Lessons from the Australian Capital Territory. *Resources, Conservation and Recycling*, 154(104638).
- Ministério da Economia. (2020). Balança Comercial Brasileira. Retrieved November 12, 2020, from <http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior/balanca-comercial-brasileira-semanal>
- Ministério do Meio Ambiente do Brasil. (2013). Produção e consumo sustentáveis: saco é um saco. Retrieved December 17, 2019, from <https://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/saco-e-um-saco/saiba-mais>
- Muralidharan, S., & Sheehan, K. (2018). The role of guilt in influencing sustainable pro-environmental behaviors among shoppers: Differences in response by gender to messaging about england’s plastic-bag levy. *Journal of Advertising Research*, 58(3), 349–362.
- Oliveira, L. L., Lacerda, C. S., Alves, I. J., Santos, E. D., Oliveira, S. A., & Batista, T. S. A. (2012). Impactos Ambientais Causados Pelas Sacolas Plásticas: O Caso Campina Grande – Pb. *Revista Biologia e Farmácia*, 1, 88–104.
- Queiroz, G. D. C., & Garcia, E. E. C. (2010). Reciclagem de sacolas plásticas de polietileno em termos de inventário de ciclo de vida. *Polimeros*, 20(5), 401–406.
- Ribeiro, P. S. (2019). O fim da sacola plástica em nome do meio ambiente. Retrieved December 17, 2019, from <https://brasilescola.uol.com.br/sociologia/o-fim-sacola-plastica-nome-meio-ambiente.htm>
- Ritch, E., Brennan, C., & MacLeod, C. (2009). Plastic bag politics: Modifying consumer behaviour for sustainable development. *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 168–174.
- Rivers, N., Shenstone-Harris, S., & Young, N. (2017). Using nudges to reduce waste? The case of Toronto’s plastic bag levy. *Journal of Environmental Management*, 188, 153–162.
- Santos, A. S. F. E., Freire, F. H. de O., Costa, B. L. N., & Manrich, S. (2012). Sacolas plásticas: Destinações sustentáveis e alternativas de substituição. *Polimeros*, 22(3), 228–237.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students* (5th ed.). Pearson Education.
- Sharp, A., Høj, S., & Wheeler, M. (2010). Proscription and its impact on anti-consumption behaviour and attitudes: The case of plastic bags. *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 470–484.

- Sun, Y., Wang, S., Li, J., Zhao, D., & Fan, J. (2017). Understanding consumers' intention to use plastic bags: using an extended theory of planned behaviour model. *Natural Hazards*, 89(3), 1327–1342.
- Taylor, R. L., & Villas-Boas, S. B. (2016). Bans vs. Fees: Disposable carryout bag policies and bag usage. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 38(2), 351–372.
- The Economist. (2019). Plastic-bag bans. Retrieved December 20, 2019, from <https://www.economist.com/graphic-detail/2019/07/24/ever-more-countries-are-banning-plastic-bags>
- Vale. (2020). Sobre a Vale. Retrieved November 12, 2020, from <http://www.vale.com>
- Wagner, T. P. (2017). Reducing single-use plastic shopping bags in the USA. *Waste Management*, 70, 3–12.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE.
- Ziegler, M. F. (2010). Entenda o problema das sacolas plásticas e quais as alternativas ambientalmente corretas para transportar suas compras. Retrieved December 17, 2019, from <https://ultimosegundo.ig.com.br/ciencia/meioambiente/por-que-a-sacola-de-plastico-e-prejudicial-ao-meio-ambiente/n1237730908104.html>

Apêndice A – Roteiro de Entrevista

Nome do supermercado:

_____ (use a nomenclatura Empresa A, B, C etc.).

Porte do supermercado: () Média () Grande

1. O Supermercado possui sacolas retornáveis para venda? Sim () Não ()
2. Se sim, quando foi que o supermercado passou a oferecer sacolas retornáveis?
3. Qual é a quantidade média de sacolas retornáveis vendidas desde a implantação (dia, mês e ano)?
4. Qual o objetivo do supermercado com a venda das sacolas retornáveis?
5. Qual o material utilizado na confecção das sacolas descartáveis de seu supermercado?
6. Qual é a quantidade média de sacolas descartáveis disponibilizadas pelo supermercado (dia, mês e ano)?
7. O supermercado oferece algum treinamento específico aos funcionários sobre a importância da utilização das sacolas retornáveis? Sim () Não ()
8. Quanto custa para o supermercado (preço unitário), o fornecimento das sacolas plásticas? Se vendem aos clientes, qual o preço?
9. Quanto custa para o supermercado (preço unitário), o fornecimento das sacolas retornáveis? Se vendem aos clientes, qual o preço?
10. Os clientes do supermercado usam frequentemente as sacolas retornáveis?
Sim () Não ()
11. Em caso de resposta negativa, o que poderia ser feito para que os clientes do supermercado usassem um meio mais sustentável para carregar suas compras?
12. Numa hipótese de que fosse proibido por lei utilizar sacolas plásticas, o que o supermercado faria para resolver?
13. O supermercado estaria apto a substituir as sacolas plásticas por sacolas duráveis (pois os consumidores poderiam utilizar a mesma sacola inúmeras vezes nas compras)?
Sim () Não ()
14. Em outros países existem leis que proíbem a disponibilização de sacolas plásticas pelos supermercados ou obrigam o supermercado a oferecer descontos para os clientes que não utilizam sacolas plásticas nas compras. O supermercado adotaria essa medida sem ser obrigado por lei? Sim () Não ()
15. E em relação à população, você acha que eles aceitariam mudar o hábito do uso de sacolas plásticas por sacolas duráveis? Sim () Não ()