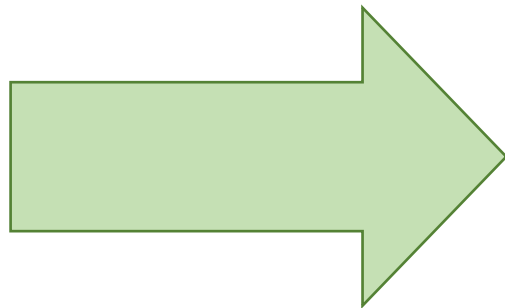




Cartilha de Práticas Sustentáveis no Varejo Alimentar



PLANO DE AÇÃO

Educação Corporativa para Sustentabilidade



Produto técnico como parte da dissertação “A Educação Corporativa e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no setor varejista de alimentos”, aprovada no Programa de Pós-Graduação em Governança e Sustentabilidade, Mestrado Profissional do Instituto Superior de Administração e Economia – ISAE.

Autoria: Me. Lourival Batista de Paula

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Ariadne Sílvia de Farias

Setembro/2022

Resumo:

Esta Cartilha apresenta um Plano de Ação para que empresas do Setor Varejista de Alimentos possam aplicar e consultar as Boas Práticas em Sustentabilidade. São informações relevantes para as operações e resultados, assim, a partir deste projeto algumas ações poderão ser desenvolvidas nas operações para que outras empresas de menor maturidade e porte possam aplica-las. O Plano apresenta soluções interativas e contribuições importantes, contém a descrição do passo a passo para execução das atividades, além de sugestões adicionais. A partir da execução de algumas ações, as empresas poderão fortalecer melhorias na Cultura organizacional e estratégias de negócios, importante para os stakeholders e fortalecimento da reputação em seus negócios. Para apresentação escolhemos como benchmarking os Relatórios de Sustentabilidade que trazem as Boas Práticas em sustentabilidade no segmento Varejo Alimentar. O objetivo é demonstrar as Boas Práticas de sustentabilidade disponíveis para que mais empresas integrantes do setor varejistas possam incorporar os conceitos e práticas responsáveis.

“A Educação Corporativa incorpora mudanças significativas em conceitos de aprendizado, assuntos multidisciplinares e habilidades para toda a vida, nesse fluxo, a organização aprende e reconhece o conhecimento de natureza transitória” (STERLING, 2001).





Lourival Batista de Paula - Nota do editor: A Cartilha de Práticas Sustentáveis Varejo Alimentar e Plano de Ação foi elaborada como produto técnico do Mestrado Profissional em Governança e Sustentabilidade. Trata-se de uma proposta de Educação Corporativa a ser implementada em Empresas de Varejo Alimentar médio e pequeno porte com objetivos definidos.

Foram realizadas pesquisas na literatura e análises documentais em relatórios de sustentabilidade, informações relevantes e soluções para as atividades de sustentabilidade no varejo alimentar para extrair as boas práticas e soluções para o desenvolvimento de pessoas com foco na sustentabilidade.

Os resultados demonstram a importância da sustentabilidade nas organizações varejista de alimentos por meio da aplicação da Educação Corporativa para o desenvolvimento e gestão nas operações.

Boa leitura!

Este trabalho é uma ferramenta para empresas do setor varejista de alimentos, por ser um Plano de Ação aplicável no apoio no desenvolvimento de pessoas, as Boas Práticas de Sustentabilidade para uma cultura organizacional integrada aos ODS na estratégia poderão agregar valor ao negócio.

SUMÁRIO		
Introdução, Metodologia, Plano de Ação e Bases Conceituais 	Apresentação e implementação dos ODS por meio da Educação Corporativa  	Participação em eventos com tema sustentabilidade nas organizações 
Sensibilização de Líderes e Colaboradores para ações sustentáveis 	Aplicação de Boas Práticas de Sustentabilidade no varejo de alimentos	Elaboração de planejamento para ações e soluções sustentáveis
Realização de Treinamentos práticos para Sustentabilidade	Instalação de programas para soluções educacionais	Considerações e recomendações

INTRODUÇÃO

O setor Varejista de Alimentos sustenta a distribuição nacional de alimentos e faz parte dos serviços essenciais para a sociedade. Reconhecer o impacto que causa ao seu entorno traz a consciência da importância do setor, bem como os benefícios e oportunidades que o setor proporciona ao mercado principalmente na geração de empregos no território nacional (ABRAS, 2022). O setor de varejo e a comunidade são interdependentes, a relação próxima é necessária para posicionar fatos a atividades da sociedade, entre empresas e comunidade de uma forma colaborativa (BORGER, 2001). Sendo assim, esta Cartilha apresenta soluções, práticas de sustentabilidade e educação corporativa para tornar as empresas sustentáveis em suas ações. O objetivo é sugerir ações que permitam empresas de médio e pequeno porte no varejo alimentar compreender a importância da sustentabilidade na sua cultura organizacional em prol dos seus colaboradores, clientes e da sociedade.

Para tanto foram elaborados Planos de Ações contendo as melhores práticas para as soluções e aplicação no setor varejista de alimentos, além do resumo de atividades importantes. No desenvolvimento do estudo foram identificadas e estabelecidas algumas as ações definidas e explanadas para aplicações práticas na gestão das operações. A cartilha contém os Planos de Ações que integram a proposta de solução de boas práticas para o setor varejista de alimentos, o objetivo é sensibilizar para aplicar.

O grande desafio das organizações é a criação de valor por meio da sustentabilidade e a formação de novas lideranças responsáveis que possam fortalecer o desenvolvimento no ambiente de negócios (STRAUHS, 2012). As estratégias representam importantes uma forma de planejamento para a aprendizagem organizacional e os benefícios gerados contribuem para resultados melhores nas operações (MULLER, 2003). Dentre as possibilidades para o setor Varejista de Alimentos e os benefícios esperados com as lições aprendidas, sugere-se a replicação da ação para as diversas empresas existentes que necessitam das boas práticas.



METODOLOGIA DE PESQUISA

Definição do tipo de pesquisa

O projeto de pesquisa desenvolvido no Mestrado Profissional em Governança e Sustentabilidade um guia das boas práticas nas atividades e ações sustentáveis para empresas de varejo alimentar de médio e pequeno porte, ao apoiar colaboradores e comunidades na área de abrangência por meio de um relacionamento saudável, as atividades de educação corporativa para a sustentabilidade e as ações que possam contribuir de forma efetiva para a cultura organizacional.

Durante a pesquisa foi realizada uma análise documental para extração de dados e informações relevantes que, de acordo com Pimentel (2001), são estudos baseados em documentos para a análise e interpretação, seguida de uma pesquisa exploratória, uma vez que se trata de uma área com conhecimento disponível. O objetivo do trabalho foi analisar a relação entre empresas de varejo alimentar e o que elas tem a oferecer em suas atividades e boas práticas, trata-se de uma complexidade, motivo pelo qual devemos buscar o conhecimento, informações, esclarecimento e desenvolvimento de conceitos e ideias o que conduziram a utilizar a pesquisa exploratória (GIL, 1999). O estudo utilizou como estratégia a pesquisa qualitativa, uma vez que focou-se no entendimento e na descrição de fenômenos e fatos existentes em organizações que praticam a sustentabilidade.

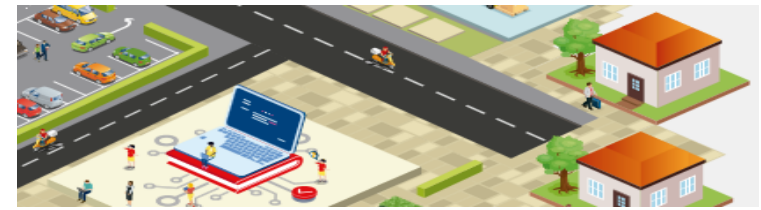
Definição do método de pesquisa

Para a compreensão do tema e suas peculiaridades, foi utilizado o método de pesquisa análise documental para a extração de informações do artigo “A Educação Corporativa: Transformação Estratégica e Sustentável no Setor Varejista de Alimentos”, que contém informações importantes. Portanto, o Plano de Ação desenvolvido apresenta as boas práticas para o desenvolvimento sustentável das empresas. A pesquisa documental para a elaboração desta cartilha de boas práticas segue a estratégia de extrair dados necessários para aplicação na gestão operacional prática.

Instrumentos de coletas de dados

Por se tratarem de procedimentos metodológicos baseados em pesquisa documental, foram utilizados os seguintes instrumentos de coletas de dados:

- Levantamento documental: coleta feita em fontes documentais utilizados para pesquisar as práticas relacionadas ao tema;
- Extração de informações: é uma técnica desenvolvida para entender melhor o contexto da pesquisadas e a relação das atividades;
- Relatórios de sustentabilidade: situações práticas que incrementem o Plano de ação e a possibilidade de implementação.



Realidade e mudanças

O desenvolvimento de Planos de Ações para aplicação de práticas sustentáveis para organizações de varejo é uma realidade a ser explorada no momento atual, que exige mudanças na visão do negócio e apresentação das melhores ideias (TACHIZAWA, 2008).

Objetivos e soluções

Analisar e buscar soluções nas melhores práticas para tornar o ambiente saudável e sustentável ao desenvolver ações que sensibilizem as lideranças das organizações no ramo varejo alimentar e, assim, melhorar e fortalecer a cultura organizacional para a sustentabilidade e a redução de desperdícios nas unidades de negócio.

Principais pontos e metas

Metas relevantes para empresas do setor varejo alimentar, principalmente, medias e pequenas empresas com foco em ações sociais e de sustentabilidade.

Metodologia alinhada

A análise empregada foi a metodologia de análise documental, através da busca e coleta e informações extraídas do Artigo “A Educação Corporativa: Transformação Estratégica e Sustentável no Setor Varejista de Alimentos”, para compreender as situações sociais interna e externas nas organizações varejistas de alimentos.

Percepções e fatos

As empresas de Varejo Alimentar e as comunidades dependem umas das outras. Por serem em grande número, cada empresa ou loja do setor tem um nível de maturidade e práticas diferentes. O Plano de Ação tem o objetivo de desenvolver algumas possibilidades de ações práticas colaborativas.

As empresas de varejo alimentar impactam a vida das pessoas de forma positiva, por isso devem zelar pela sustentabilidade no ambiente de negócios. No entanto, a prática necessita de soluções ampliadas e planejadas na gestão das operações e processos (PARENTE, 2000). Nesse contexto, este Plano de ação apresenta ações para uma sensibilização no varejo alimentar. As soluções de fácil implantação podem vir a fortalecer a cultura para sustentabilidade nas empresas varejistas de alimentos.



BASES CONCEITUAIS

Benchmarking

O benchmarking é uma possibilidade de comparação de atividades de outras organizações. O termo foi levado ao cenário organizacional como um instrumento de gestão para aferir boas práticas em diferentes setores e mercados, ou seja, aquelas práticas que se destacam e marcam seu nível de excelência, transformando-se em exemplo a ser atingido e superado (SOLFA, 2012). Esta ferramenta estratégica identifica as boas práticas de produtos, serviços e processos, é possível neste caso planejar metas e objetivos a serem alcançados. A reinvenção de práticas por meio de uma adaptação podem melhorar os processos e agregar valor ao negócio.

A implantação de práticas e processos alteram e mudam soluções prontas ao trazer novas ações encontradas em outras empresas do mesmo setor ou diferentes. É necessário reconhecer que as boas práticas de outras organizações podem ser aplicadas na empresa que trabalhamos ao adequar um novo modo de gestão.

O benchmarking demanda uma grande parcela de introspecção e honestidade. É parte da rotina empresarial. A preparação para captar novas tendências é um fator relevante que contribui para a evolução da gestão operacional e administrativa. Trata-se de uma análise competitiva, uma ferramenta que aprimora a comparação com outras organizações reconhecidas como as melhores em sua área de atuação. Nesse contexto, a transformação das empresas de varejo de grande porte nos últimos anos são considerados cases de sucesso. O crescimento ao longo dos anos devido a demanda pelos consumidores, expandiu ainda mais este segmento, estas organizações relacionaram suas atividades sustentáveis na estratégia no negócio a fim de manter sua participação no mercado brasileiro próximo a 40%.

Os processos instituídos no gerenciamento são implantados de forma a reduzir impactos ambientais. A tomada de decisões de forma rápida acarretaram em melhorias na estratégica ao aumentar o *marketshare* destas organizações. A implantação de programas de qualidade nas organizações de varejo demonstram a identificação de boas práticas com aplicabilidade no uso do benchmarking por outras empresas.

O benchmarking pode de forma simples e objetiva de gerar um Plano de Ação para implementar processos e práticas eficientes. Este método aprimora a organização, e aquelas que realizam excelentes resultados podem ser exemplos para outras empresas. Esta cartilha propõe identificar boas práticas de sustentabilidade no setor varejista de alimentos, a fim de que se elabore um guia para a construção de práticas sustentáveis entre as empresas de varejo médio e pequeno porte. Para tanto, serão estudadas ações e programas praticados por empresas do setor. Por se tratar de um guia focado em medir boas práticas de outras companhias, ao criar o Plano de Ação os temas são explorados e destacados.





Atividades a serem desenvolvidas

Ação Social nas Operações

A Ação Social nas Operações de Varejo é uma atividade essencial e deve proporcionar benefícios que gerem impactos positivos para a comunidade a que pertence a unidade de varejo ou loja. Trata-se de uma ação que atende as expectativas da sociedade e comunidade local.

A necessidade adicional da empresa ao gerar satisfação as expectativas da sociedade em relação à ação social minimiza os impactos negativos.

Os temas relacionados à sustentabilidade nos conflitos sociais expressam propostas de atuação positiva, ao recuperar a reputação do setor no processo de relacionamento voltado para o mercado. Portanto, o resultado do trabalho social empreendido e a participação da empresa na comunidade local precisa ser uma ação permanente.

Estratégias para viabilizar o bom relacionamento entre empresas e comunidade precisam estar presentes e as ações socioambientais podem melhorar a imagem das companhias e promover uma aproximação a comunidade (COMINI, 2016). No caso do setor varejista de alimentos, frente a sua relação com a população, torna-se indispensável a busca pela aprovação da comunidade local para a operação o empreendimento, um serviço essencial que não pode faltar.

Um Plano de Ação é um importante instrumento para aplicação da sustentabilidade, na medida em que traz objetivos e coloca os participantes como gestores do processo para atingir resultados. O elemento essencial para a busca da transparência é a confiança na relação com os colaboradores ao gerar benefícios sociais, ambientais e econômicos de uma empresa. É necessário fazer parte das comunidades nas quais opera para ganhar reputação sustentável.



PLANO DE AÇÃO

O Plano de Ação poderá ser executado e avaliado mensalmente ao estabelecer *status* diário para o devido feedback a ser informado as lideranças, e assim poder planejar novas ações. As lideranças poderão apresentar os resultados das atividades para os gestores, setores envolvidos e demais colaboradores.

O apoio necessita de recursos financeiros e patrocínios para que as ações se mantenham em vigor. O funcionamento dos projetos e ações dependem da Gestão Operacional, Comunicação, Ações Sociais e Meio Ambiente. Existe a questão da existência de projetos por outras empresas maiores que podem beneficiar a execução e resultados ao contribuir o Plano de Ação de forma colaborativa (CARVALHO, 2006).

Os parceiros fornecedores poderão auxiliar na execução dos projetos e serem participantes interativos no setor de varejo de alimentos ao aceitarem uma proximidade, integração e parcerias com as comunidades locais.

PROPOSTA E SOLUÇÃO

O processo de compartilhamento de Boas Práticas envolve o setor varejista de alimentos. A proposta tem a intenção de ser prática e solucionadora ao adequar unidades de varejo à necessidade de comunidades que tenham necessidade de apoio ao emprego e renda. Grandes empresas de varejo possuem ações implementadas, enquanto empresas menores não se interessam pelo tema, mas podem ser impactadas pela falta de integração com a comunidade.

O desenvolvimento e aplicação de um Plano de Ação é necessário para que exista comunicação e divulgação na cultura organizacional das empresas de menor porte, ao provocar uma sensibilização por meio de boas ideias, ao replicar boas práticas de sustentabilidade gera soluções para um trabalho com maior grau de maturidade nas empresas (JOHANN, 2006). A sensibilização da alta direção torna-se relevante ao gerar uma estratégia de sustentabilidade a longo prazo ao fortalecer as operações com suas ações sustentáveis.

O modelo de gestão pode ser direcionado para a adoção de medidas sustentáveis em todas as áreas da empresa, A Cartilha e o Plano de Ação consolidam ações reais e já em andamento em grandes empresas, porém, é necessário replicar a empresas de qualquer porte. A colaboração a partir deste tema ganha relevância suficiente para um entendimento de fácil acesso. A cartilha desenvolvida e sua divulgação pode operacionalizar novas tratativas ao colocar ações práticas de sustentabilidade a serem realizadas.



Benchmarking: experiências compartilhadas

As Boas Práticas para o Desenvolvimento Sustentável necessitam ser compartilhadas, o conhecimento e experiência através de Boas Práticas relacionadas à sustentabilidade na empresas de varejo de alimentos de grande porte são de grande valor para empresas menores.

As Boas Práticas promovem o conhecimento ao estimular o desenvolvimento de indivíduos, instituições e o aprimoramento de iniciativas por empresas que divulgam Boas Práticas e apresentem oportunidades de novas experiências. Empresas de varejo que consigam por meio de um Plano de Ação implantar ações sustentáveis podem apresentar resultados confiáveis comprovados por sua ações no dia a dia.

Levantamento de informações

Após levantadas as práticas adotadas por estas organizações, propõe-se que o aprendizado seja possibilitado a partir de três grandes temas: ODS na estratégia, Educação Corporativa e Cultura Organizacional para a sustentabilidade. A definição das práticas e projetos é apresentada de maneira com que a Cartilha possa ser aproveitada por qualquer organização do setor varejista de alimentos. Desta forma, a seleção dos conteúdos temáticos é inserida no Plano de Ação e o sucesso da ação implementada na empresa pesquisada pode servir como fonte de inspiração para outras empresas;

A similaridade entre ações nas diferentes empresa pode fortalecer uma implementação. A adaptabilidade da ação é um fator que muda entre regiões de atuação. Este estudo foi pensado para ajudar a organizar as ações de maneira prática e direcionada. Espera-se que a publicação se torne um objeto de consulta rápida, principal motivo de escolha da forma de apresentação dos resultados da pesquisa. Assim, a Cartilha Práticas Sustentáveis no Varejo Alimentar e Plano de Ação foram organizados em sete temas :

1) Sensibilização de Líderes e Colaboradores para as ações sustentáveis; 2) Realização de Treinamentos práticos para Sustentabilidade; 3) Apresentação e implementação dos ODS por meio da Educação Corporativa; 4) Aplicação de Boas Práticas de Sustentabilidade no varejo de alimentos; 5) Instalação de programas para soluções educacionais; 6) Participação em eventos com tema sustentabilidade nas organizações; e, 7) Elaboração de Planejamento para ações e soluções sustentáveis.



1 Sensibilização de Líderes e Colaboradores para as ações sustentáveis

Relacionamento com a comunidade - Projeto Integração - Sensibilização

O Projeto Integração, concebido pela empresa e o trabalho social que envolve de maneira solidária os próprios colaboradores da organização, a visita as instituições sociais como creches, asilos e locais de atendimento à saúde que possuam condições precárias ajuda a sensibilização. Ao realizar várias atividades por parte dos voluntários, desde fazer limpeza nos locais, doar alimentos, brinquedos e roupas coletados pelos próprios funcionários, reforma, pintura e outras atividades de bem que fortalece a cultura organizacional para a sustentabilidade.

Desenvolvimento das ações de sensibilização: Ocorre por meio de informações fornecidas pelos próprios funcionários que escolhem instituições carentes da região e levantam as principais demandas dos locais. Após isto, o setor de RH dá início ao trabalho de comunicação para que os funcionários possam se voluntariar e/ou doar materiais necessários para as atividades. A empresa ou unidade pode ajudar com algumas questões um pouco mais onerosas como, por exemplo, a doação de latas de tinta, manutenção em carteiras escolares, entre outros. Feito isto, é necessário fazer o planejamento e o cronograma das atividades a serem realizadas.

Benefícios esperados: O auxílio é demonstrar para a comunidade que a empresa possui uma ampla consciência social, ao ajudar a região ou bairro não só através do serviço de varejo, mas também de outras maneiras, o que acaba reforçando a marca ao proporcionar uma maior integração entre os colaboradores e comunidade. O Programa de atividades voluntarias no Varejo forma grupos regionais para trabalhos sociais em comunidades próximas às unidades de negócio. Ao beneficiar o desenvolvimento da comunidade local, a empresa possibilita um aumento da percepção de intervenção positiva da sua atuação, além da concentração de esforços internos para o serviço fortalecendo o orgulho de trabalhar na empresa de seus colaboradores. A realização dos sonhos necessita ser estimulada por meio de uma cultura corporativa orientada para o desenvolvimento contínuo. Assim, a empresa varejista mantém um ambiente de trabalho inovador, capaz de criar valores únicos à sociedade e aos clientes.

Também podem ser realizadas campanhas de doação de agasalhos e alimentos, arrecadação de fundos para colaboradores especiais, arrecadação de doações para abrigos infantis, apoio à instituições da terceira idade, apoio a organizações de feira solidária, doações e contribuições a entidades de apoio a pessoas com necessidades especiais, entre outras ações.





Plano de Ação 1 - Sensibilização

O que Fazer	Quem Faz	Quando Fazer	Onde Fazer	Como Fazer	Por que fazer
Reunião de Líderes	Gerente / Supervisor / RH	Ação imediata inicial	Na sede da empresa ou unidade de negócio	Apresentar o tema Sustentabilidade	Fortalecer a cultura organizacional
Criar um Projeto Social diferenciado	Grupo de Lideranças	Ação durante a reunião	Comunidade local	Visitar Instituições Sociais	Gerar benefícios
Desenvolver Ação	Voluntários no Grupo de Líderes	Após o término da reunião (Prazo e período)	Nos locais definidos	Disponibilizar recursos e materiais	Criar novas oportunidades
Integração colaboradores e comunidade	Líder Educador Social	No período de visitas	Área de abrangência	Fazer doações de alimentos	Intervenção positiva da empresa
Manutenção das ações	Liderança executiva (Comitê)	Durante a constatação de necessidade	Instituição definida em condição precária	Utilizando pessoal voluntário	Resultado das atividades sociais
Comunicação interna e externa	Líder comunicador da empresa	Em caso de necessidade	Na empresa e no local da ação	Formalização da comunicação social	Gerar engajamento social

Fonte: O autor (2022).



2- Realização de Treinamentos práticos para Sustentabilidade

Desenvolvimento das ações de treinamento:

- Definição das unidades de varejo e regiões;
- Definição de lideranças para participação e criação do Comitê de Sustentabilidade (atuação junto ao público envolvido, seja interno ou externo);
- Convite aos colaboradores da base da empresa para participação do treinamento básico em sustentabilidade;
- Apresentar o tema sustentabilidade ao grupo de participantes e levantamento das instituições sociais nas proximidades das unidades de varejo;
- Promover campanhas internas e externas na redução de desperdícios tratamentos de resíduos;
- Definição do cronograma de ações diárias, semanais, mensais, semestrais e anuais para programação do quadro de trabalho;
- Definir o objetivo estratégico a solução de problemas da empresa com a comunidade;
- A estratégia de atuação da empresa com a solução de problemas relacionados à sustentabilidade fortalece a cultura interna e melhora o clima;
- A preparação dos gestores no envolvimento prático com a sustentabilidade gera a possibilidade de uma experiência única na formação e aplicação da comunicação no cenário do negócio e fortalece a reputação da empresa.
- Os líderes preparados apresentam propostas diferenciadas de trabalho para alimentar o Comitê de Sustentabilidade da empresa.

Benefícios esperados:

- Aproximação da empresa com a comunidade, criação de canal de comunicação para tratamento dos problemas, definição de assuntos e temas que priorizem decisões sobre a gestão de sustentabilidade juntos aos colaboradores e comunidade por meio do plano de ação ao definir a estratégia de comunicação;
- A busca por soluções para impactos ocasionados pelo varejo de alimentos é uma agenda necessária que promove a cultura organizacional sustentável nas dependências da empresa. O programa de treinamento apresenta benefícios para as operações e processos ao estimular a atuação voluntária dos colaboradores e líderes, trazer a comunidade para dentro da empresa, desenvolver visitas às escolas, universidades, setores públicos e comunidades, ou seja, a empresa precisa estar de braços abertos para contribuir e estreitar o relacionamento;
- Os programas desenvolvidos podem realizar ações de arrecadação para doações em datas comemorativas e benfeitorias em escolas, creches e apoiar famílias carentes com doações. A reputação dos líderes da empresa na região de localização é um fator relevante;
- A apresentação de pautas positivas traz uma melhoria de relacionamento, seja pelas ações operacionais ou pela redução de perdas com a melhoria de projetos sociais, como doações e projetos com instituições e/ou empresas parceiras. As reuniões de treinamento de gestores e líderes representam uma solução compartilhada para o desenvolvimento de ações que agreguem valor.

Plano de Ação 2 – Treinamentos Práticos de Sustentabilidade

O que Fazer	Quem Faz	Quando Fazer	Onde Fazer	Como Fazer	Por que fazer
Ação de Treinamento	Gestor Líder	Antes do início das ações	Sala de reuniões na empresa	Utilizar os recursos disponíveis (Material didático)	Atuação na Sustentabilidade
Criação do Comitê de Sustentabilidade	Participantes do treinamento	Durante o treinamento	No local da reunião	Formalização por meio de Ata registrada	Garantir a atuação dos integrantes do Comitê
Aproximação empresa comunidade	Integrantes do Grupo de Trabalho	Após o treinamento	Na comunidade	Relacionamento com os envolvidos	Tratamento de problemas
Produzir cronograma	Grupo de Trabalho	Ação imediata	No ambiente corporativo	Compartilhamento das atividades	Integração de projetos
Pauta e agenda (Programas)	Comitê de Sustentabilidade	Semanal em função do planejamento	Durante as reuniões	Utilizar as informações do Comitê	Soluções de oportunidades
Comunicação	Comitê de Sustentabilidade	Diariamente	Na Empresa	Apresentar os resultados da comunicação	Promover a cultura da sustentabilidade na empresa

Fonte: O autor (2022).



3- Apresentação e implementação dos ODS por meio da Educação Corporativa

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) nas organizações representam uma oportunidade para mitigar os efeitos da pobreza e colocar os colaboradores no rumo da sustentabilidade. Os desafios econômicos, sociais e ambientais necessitam ser transformados em estratégia de Sustentabilidade pela Educação Corporativa. As grandes redes varejistas possuem ações direcionadas para implementação dos ODS e oferecem auxílio e mecanismos como elementos-chave para fortalecer iniciativas e reforçar esse modelo para outras redes varejistas.

Desenvolvimento do Plano de Ação: Relacionado aos ODS 4 – Educação de Qualidade, 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico, 12 – Consumo e Produção Responsáveis e ODS 17 – Parcerias e Meios de Implementação. A Educação Corporativa e a Sustentabilidade no varejo de alimentos colocam suas práticas para os ODS com ações que podem potencializar melhores resultados para outras organizações. Os ODS possuem importância fundamental para os negócios e o significado precisa ser compreendido para serem internalizados nas organizações de médio e pequeno porte. O cumprimento das 169 metas contidas nos ODS são inclusas nos 193 países signatários e possuem prioridades de execução e suas ações bem direcionadas.

Benefícios esperados: Os ODS representam um grande desafio e uma excelente oportunidade de alavancar novos negócios e para transformar os desafios em oportunidades será preciso compreender de forma bem estruturada as implicações das novas metas para o setor produtivo. A compreensão das Boas Práticas para os ODS é um compartilhamento de projetos relacionados à sustentabilidade importantes para os negócios. Os ODS definem as prioridades e aspirações de desenvolvimento sustentável global para 2030, e buscam mobilizar os esforços globais ao redor de objetivos e metas. A sua implementação dependerá de uma ação conjunta entre os governos, as empresas e a sociedade civil, para combater a pobreza e criar uma vida com dignidade e oportunidades para todos considerando os limites do planeta. As empresas são parceiras vitais no alcance das metas dos ODS, ao contribuir por meio da avaliação dos impactos socioambientais das suas atividades e ao estabelecer metas ambiciosas e planos de mitigação. Todos os procedimentos e resultados obtidos deverão ser comunicados de forma transparente.

A Educação Corporativa ao apoiar a familiarização com os ODS pode fortalecer o entendimento de oportunidades para o negócio Varejo Alimentar. As empresas de menor porte ao avançar no desenvolvimento sustentável criam soluções e práticas inovadoras que podem reduzir os impactos negativos e aumentar a sua contribuição na agenda de implementação. As metas e ações para o alcance dos ODS são estratégias das empresas para moldar, conduzir, comunicar e relatar atividades, trazem benefícios e oportunidades de negócios futuros. O aumento do valor pela sustentabilidade corporativa e o fortalecimento das relações com o desenvolvimento de políticas justas e parcerias para novos desafios entre Educação Corporativa e ODS, apresentam prioridades e responsabilidades básicas que impactam diretamente no custo ou benefício que potencializa os negócios.



Plano de Ação 3 - Implementação dos ODS por meio da Educação Corporativa

O que Fazer	Quem Faz	Quando Fazer	Onde Fazer	Como Fazer	Por que fazer
Apresentar os ODS	Gerente responsável	Imediato	Auditório de treinamento	Apresentação dos conceitos	Entender os ODS
Implantar a Estratégia	Comitê de Sustentabilidade	Selecionar data apropriada	No ambiente de negócios	Definição dos ODS para a organização	Fortalecer a cultura sustentável da empresa
Definir Prioridades	Gestor Responsável	Programação de datas	Na empresa	Método estratégico para as atividades	Identificar áreas de impacto
Estabelecer metas	Gestor de Área	Cronograma de atividades	Na Organização empresarial	Selecionar KPIs no escopo das metas	Necessidades de desempenho e Compromisso com os ODS
Integração na estratégia de Sustentabilidade	Gestores Internos	Após o estabelecimento de metas	Departamentos da Empresa	Incorporar as metas na estratégia	Parcerias e colaboração
Relato e comunicação	Área de comunicação	Cronograma de comunicação	Ambiente corporativo	Sistema de comunicação da empresa	Integração dos aspectos econômicos, sociais e ambientais



4 - Instalação de programas para soluções educacionais

Incentivar os colaboradores para que compreendam as atividades como treinamento e capacitação com atividades bem elaboradas, que possibilitem a formação pela Educação Corporativa. Aulas criativas, com o objetivo de construir o desenvolvimento de pessoas para o crescimento na organização.

A Educação Corporativa pode ser utilizada para implementação das melhores práticas varejistas que permitem desenvolver programas de aprendizagem para soluções permanentes. Benefícios esperados: melhoria do ambiente de trabalho na empresa com um relacionamento entre os colaboradores para o fortalecimento da cultura organizacional.

As estratégias de Educação Corporativa representam ações significativas e potencialidades nos programas direcionados à transformação, desenvolvimento, influência, mentorias, graduações, pós-graduações, estratégia, planejamento, formação, comunicação, mediação, projetos, capacidade, eficácia, gestão de varejo, entre outras atividades educativas que podem ser confirmadas na prática.

Como desenvolver as ações educacionais:

- Engajamento dos colaboradores nos programas educacionais;
- Desenvolvimento de pessoas para a sustentabilidade;
- Direcionamento dos colaboradores para uma abordagem participativa no processo de treinamentos práticos;
- Líderes Educadores na organização para o desenvolvimento de pessoas;
- Processo interno para avaliação dos temas apresentados;
- Utilização ativa de experiências que deram certo em outras empresas do ramo;
- Imersões na Educação Corporativa para identificar prioridades e soluções na operação de Varejo.

Benefícios esperados:

- Suporte na formação de pessoas;
- Desenvolvimento de pessoas e contribuição destas organizações com a sociedade e comunidade em benefício da evolução do varejo de alimentos.
- Estabelecer uma rotina de acompanhamento dos processos educacionais;
- Observar o comportamento dos colaboradores e medir os resultados de forma direta;
- Descrever pontos críticos a serem corrigidos.

Plano de Ação 4 - Programas para soluções educacionais

O que Fazer	Quem Faz	Quando Fazer	Onde Fazer	Como Fazer	Por que fazer
Programa de Educação Corporativa	Área de Capital Humano	Mensalmente	Sede Corporativa e unidade de negócio	Planejamento das atividades	Gerar o desenvolvimento de pessoas
Formação de Lideranças	Equipe de Gerentes e áreas de apoio (RH)	Trimestralmente	Sede Corporativa e unidade de negócio	Atividades para gestão de pessoas	Formar novos Líderes
Academia do Varejo	Líderes formadores	Semestralmente	Na unidade Loja	Operação na prática	Trazer a excelência operacional
Loja Escola	Recursos Humanos	Na formação de novos talentos	Loja modelo	Aprendizado de todos os processos sistêmicos	Estratégia Educativa
Capacitação On-line	Colaboradores TI e RH	Nas oportunidades de formação	Na própria unidade pela intranet	Necessidade Operacional	Atualizar os colaboradores de forma rápida
Integração continua	Líderes da empresa	Diariamente	Na unidade loja	Reunião de comunicação rápida	Comunicação assertiva para fortalecer a cultura da empresa

Fonte: O autor (2022).



5 - Aplicação de Boas Práticas de Sustentabilidade no Varejo de Alimentos

As dimensões apresentam estratégias inseridas para as boas práticas de sustentabilidade que integram os objetivos das organizações pesquisadas conforme as informações, programas para contribuição da prática de estratégias e metodologias para a promoção da sustentabilidade nas empresas são fundamentais. A programação de capacitação na temática é uma prioridade. De acordo com Schneider (2015), por meio da criação de valor, a sustentabilidade empresarial busca atender a integridade ambiental, a igualdade social e o desenvolvimento econômico com a evolução das práticas de sustentabilidade desde suas primeiras medidas até o nível em que a sustentabilidade já está incorporada nos processos organizacionais influenciando os atores envolvidos e tornando as ações cada vez mais espontâneas no dia a dia da organização.

Como desenvolver as ações de Boas Práticas:

- As ações de boas práticas mostram que iniciativas e programas garantem a reputação destas organizações em relação a sustentabilidade;
- Capacitar os colaboradores pela Educação Corporativa a aprimorar as atividades de sustentabilidade fortalecem os programas pessoais de sustentabilidade adaptados ao desenvolvimento de parcerias entre empresa e comunidade;
- A formação de uma cultura organizacional pautada na sustentabilidade para ganhar espaço no mercado e obtenção de resultados.
- As práticas sustentáveis e as estratégias tornam a empresa única, materializada na forma de como a organização, produz, distribuem, cobram e se relacionam, representam um desafio constante no Varejo de Alimentos;
- Boas práticas de sustentabilidade são atividades essenciais em qualquer negócio, embora não sejam simples de implementar em outras empresas, consideramos que para garantir a sustentabilidade e preciso novos desafios de inovação e estratégias que possam garantir a continuidade destas atividades.

Benefícios esperados:

- Contribuir para a promoção da sustentabilidade na empresa e nas comunidades de influência, por meio da cooperação técnica baseado em processos da Educação Corporativa dos profissionais atuantes nas organizações varejistas com projetos bem definidos e formação continuada no mapeamento de boas práticas.
- Os benefícios da geração de valor das organizações alinhados na estratégia e na construção do fortalecimento do compromisso com a sustentabilidade.
- As organizações ao alinhar suas estratégias aos ODS como ferramenta inovadora para resolução de problemas demonstram que as boas práticas de ações sustentáveis são valorizadas para o desenvolvimento dos negócios,

Plano de Ação 5 - Aplicação de Boas Práticas de Sustentabilidade no Varejo de Alimentos

1. O que Fazer	Quem Faz	Quando Fazer	Onde Fazer	Como Fazer	Por que fazer
Apresentar as dimensões	Comitê de assessoramento	Durante a gestão integrada	Dentro da organização	Mapeamento das atividades	Tornar a organização sustentável
Capitais para geração de valor	Capital Humano	Nos programas de treinamento	Dentro da organização	Apresentar os benefícios	Compromisso com a sustentabilidade
Experiências práticas	Atuação dos colaboradores	Diariamente na empresa e comunidade	No ambiente de negócios	Acompanhar e participar	Ações de sustentabilidade
Parcerias com a sociedade	Empresa	No exercício anual	Área de abrangência	Convênios com instituições	Consolidação das práticas sustentáveis
Redução de desperdício	Líderes e colaboradores	Diariamente na gestão dos processos	Na unidade de negócio / Loja	Campanhas internas	Fortalecer e melhorar os resultados
Compromisso público	Comunicação institucional	Atualização diária na plataforma digital	Website e intranet	Market digital	Comunicação transparente

Fonte: O autor (2022).



6 - Participação em eventos com tema sustentabilidade nas organizações

A área de varejo Alimentar possuem diversas Associações Estaduais e Nacionais que estão em constante contato com as redes de supermercados, sendo assim elaboram e planejam eventos para a área de varejo, como feiras, congressos, palestras e cursos online, além disso a área de RH faz convênios e parcerias com Universidades Locais para o apoio do desenvolvimento de colaboradores fora da empresa.

Desenvolvimento das ações:

- Fazer o planejamento e pesquisar os programas nas instituições locais e regionais;
- São eventos e ações para implementações rápidas que não dependem de investimento e possuem impacto positivo aos colaboradores devido a sua participação;
- Ciclo de palestras patrocinados;
- Eventos de sustentabilidade;
- Visitas em áreas de preservação;
- Ações sustentáveis em parques e rios urbanos.

A programação destas atividades apresentam sempre na pauta a sustentabilidade para reforçar o compromisso e propósito para a sensibilização dos colaboradores e o engajamento empresa com a gestão social, econômica e ambiental.

Benefícios esperados:

- Levar aos colaboradores ações culturais no reforço do conhecimento por meio de atividades de comunicação e engajamento.
- Fortalecer a formação e desenvolvimento dos colaboradores;
- Atração e retenção dos colaboradores e líderes na empresa;
- Trazer novos conhecimentos para dentro da organização;
- Atualização e inovação das estratégias.



Plano de Ação 6 - Participação em eventos com tema sustentabilidade nas organizações

O que Fazer	Quem Faz	Quando Fazer	Onde Fazer	Como Fazer	Por que fazer
Programação de eventos	Associações e Instituições	Períodos programados	Locais definidos	Participação ativa	Fortalecer a formação e conhecimento
Congressos e Reuniões	Instituições de varejo	Datas programadas	Auditórios	Inscrição e participação	Atualização constante no tema sustentabilidade e novas tendências.
Feiras na área de varejo alimentar	Fornecedores e Industria	Necessidade de apresentar equipamentos e produtos	Centro de Eventos	Fazer a visitação para apreciação	Apresentação de novos produtos e equipamentos
Cursos online nas associações	Associações e Instituições	Programação	Via Web	Execução e participação	Revisar o tema sustentabilidade
Palestras	Empreendedores e palestrantes	Programação	Locais programados	Participação ativa	Atualização
Eventos em Universidades	Instituições de ensino	Programação anunciada	Locais definidos	Participação ativa	Atualização

Fonte: O autor (2022).



7 - Planejamento das ações e soluções sustentáveis

As redes varejistas de alimentos colaboram com as entidades civis e governamentais para disseminar uma cultura de sustentabilidade que possa beneficiar as comunidades próximas. Os benefícios com a divulgação da atuação positiva na relação com o tema sustentabilidade é esperado aumentar a familiaridade com o tema.

Desenvolvimento das soluções: As soluções sustentáveis necessitam de planejamento prévio em parceria com Associações, empresas, entidades civis e governamentais interessadas no assunto. As redes sociais apoiam a divulgação interna e externa para colaboradores e clientes na implementação da comunicação interativa com benefícios gerados para as comunidades próximas as unidades. O aumento da percepção e intervenção positiva da empresa na concentração de esforços internos para a sustentabilidade fortalece o orgulho dos colaboradores de trabalhar na empresa, pela cultura e as ações desenvolvidas pela alta gestão na elaboração da estratégia de integração dos participantes.

Para que os projetos disponibilizados tenham eficiência comprovada e possam ser aplicados em outras organizações de maneira a conquistar o sucesso esperado, uma plataforma disponibilizaria explicações e um modelo padrão de como cadastrar as práticas de empresas. O preenchimento de um formulário eletrônico ou digital. Outro aspecto importante é o cadastro de novas soluções com a criação de um portal interno pela área de Tecnologia da Informação, que explicaria todos os deveres e responsabilidades, de maneira com que se torne responsável pela replicação de projetos para o alcance de resultados obtidos por colaboradores da empresa.

A interação dos participantes de ações sustentáveis criam soluções e engajamento do público com transmissões pelas redes sociais. As comunidades recebem benefícios que estimulam uma aproximação com as lideranças da empresa melhorando o relacionamento e a comunicação. O planejamento é recomendável neste processo, pois atividades de sensibilização e práticas educativas que envolvam a problemática socioambiental poderão ser realizadas, e os programas seguem o cronograma estabelecidos e elaborados com ações sustentáveis. As ações ligadas à sustentabilidade leva a organização a preservar o meio ambiente nos processos internos que visam a capacitação dos funcionários, além de outros temas que possam surgir.

Benefícios esperados: Muitas empresas realizam ações que tenham impactos positivos na sociedade e podem demonstrar o comprometimento com a localidade que atua. O benefício gerado é o conhecimento dos temas ligados à sustentabilidade e que passa a ter valor para a sociedade. O fomento das ações ligadas ao tema sustentabilidade, seja de cunho social e/ou ambiental, desenvolvimento de pessoas, entre outros, pode ocorrer de forma simultânea. É importante ressaltar que toda e qualquer ação vale, desde treinamentos internos, programas de coleta seletiva, doação etc. A comunicação e o diálogo estimulam a sensibilização dos colaboradores como agentes multiplicadores do relacionamento efetivo entre a empresa e as comunidades.



Plano de Ação 7 - Elaboração de Planejamento para ações e soluções sustentáveis

O que Fazer	Quem Faz	Quando Fazer	Onde Fazer	Como Fazer	Por que fazer
Ações Sociais	Equipes das lojas e unidades	Tempo integral	Área de abrangência da unidade	Comunicação na mídias sociais	Apoiar a comunidade
Doações de Alimentos	Clientes, fornecedores e colaboradores	Semanalmente	Instituições cadastradas	Demandas programadas	Integrar e representar
Programas educacionais e treinamentos básicos	Equipe de apoio	Cronograma	Ambiente empresarial	Aplicação prática	Cursos de formação
Saúde, Segurança e Educação Ambiental	Lideranças	Cronograma	Ambiente empresarial	Treinamento prático	Informação do conhecimento e colaboração
Leitura e Comunicação	Participantes e colaboradores	Cronograma	Ambiente empresarial	Indicação de leituras	Qualidade da informação
Plataformas digitais	Todos os colaboradores	Cronograma	Ambiente empresarial	Indicação de Sites / Ambiente de compartilhamento	Explorar plataforma de treinamento

Fonte: O autor (2022).

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Esta Cartilha propõe soluções e direcionamentos para o planejamento de ações de treinamento para o setor varejista de alimentos, entre colaboradores e comunidades inseridas na área de abrangência de unidades ou lojas.

A partir da pesquisa realizada nos Relatórios de Sustentabilidade, por meio da Dissertação “A Educação Corporativa e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no setor varejista de alimentos”, foi possível identificar boas práticas na área socioambiental das grandes organizações do Varejo de Alimentos, ao realizarem uma gestão responsável sustentável nas operações do negócio.

Tanto para as empresas de grande porte como para as empresas de menor porte deste segmento, indica-se a necessidade de compreender o seu papel na sociedade ao investir em ações sustentáveis com propósito de implementar estratégias para a redução de custos e desperdícios, e também de desenvolver seus colaboradores na capacitação operacional e na sensibilização para a sustentabilidade.

Existem oportunidades de melhorias na relação comunidade e empresa, seja na geração e captação de talentos ou no relacionamento saudável, para gerar potencialidades de aprendizado para uma intervenção positiva com o auxílio de instrumentos de capacitação da Educação Corporativa.

A Cartilha de Boas Práticas e Plano de Ação visa a construção de relações sustentáveis entre as empresas de varejo alimentar e a comunidade para fortalecer uma sensibilização em sustentabilidade.

A expectativa desta proposta é que seja um instrumento para o fomento de boas práticas e que os resultados da sua implementação possam gerar soluções de aprendizado e de desenvolvimento da cultura organizacional sustentável.





REFERÊNCIAS

ABRAS. O Novo Capítulo do Varejo. SuperHiper, São Paulo, p. 544, Fevereiro 2022.

BORGER, F.G. Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial. 2001. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

CARVALHO, D.N. Gestão e sustentabilidade: um estudo multicasos em ONGs ambientalistas em Minas Gerais. Cidade: Belo Horizonte, Universidade Federal de Minas Gerais, 2006.

COMINI, G. Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras. 2016. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

JOHANN, S.L. Gestão da mudança e cultura organizacional. Cidade: Editora FGV, 2016.

MULLER, C. J. Modelo de gestão integrando planejamento estratégico, sistemas de avaliação de desempenho e gerenciamento de processos (MEIO-Modelo de Estratégia, Indicadores e Operações). Cidade: Porto Alegre, UFRGS, 2003.

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

PIMENTEL, A. O método da análise documental: seu uso numa pesquisa historiográfica. In: Cadernos de Pesquisa. São Paulo, n. 114, 2001.

SOLFA, F. D. El Benchmarking en el Sector Público: implementación para la Provincia de Buenos Aires. <https://www.academica.org/del.giorgio.solfa/251>, 2012.

STERLING, S. Sustainable Education: Re-Visioning Learning and Change. Schumacher Briefings. Schumacher UK, CREATE Environment Centre, STERLING, Stephen. Sustainable Education: Re-Visioning Learning and Change. SchumacheSeaton Road, Bristol, BS1 6XN, England (6 pounds), 2001.

STRAUHS, F. D. R. Gestão do conhecimento em laboratório acadêmico: proposição de metodologia. Gestão do conhecimento nas organizações, Curitiba, 2012. 480 Tese de Doutorado.

TACHIZAWA, T. Gestão socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade. Cidade: Elsevier, Editora Campus 2008.