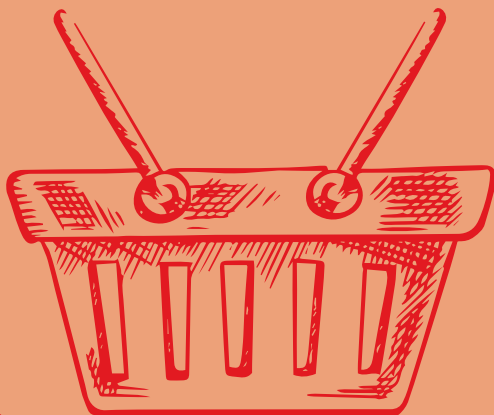


MINHA EMPRESA SUSTENTÁVEL
PARA ATUAIS E FUTUROS EMPRESÁRIOS



comércio varejista



Centro Sebrae de
Sustentabilidade



Presidente do Conselho Deliberativo Nacional Robson Braga de Andrade

Diretor-Presidente Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças Vinícius Lages

UNIDADE DE ACESSO À INOVAÇÃO E TECNOLOGIA DO SEBRAE NACIONAL

Gerente Célio Cabral de Sousa Júnior

Técnico Alexandre de Oliveira Ambrosini

SEBRAE EM MATO GROSSO

Presidente do Conselho Deliberativo Hermes Martins da Cunha

Diretor-Superintendente José Guilherme Barbosa Ribeiro

Diretora Técnica Leide Garcia Novaes Katayama

Diretora Administrativo-Financeira Eneida Maria de Oliveira



*Centro Sebrae de
Sustentabilidade*

Gerente Suênia Sousa

Equipe Elton Ribeiro, Isabela Rios, Jéssica Ferrari, José Santiago, Luanna Duarte, Nager Amui, Raquel Apolônio, Renata Taques, Rogério Sousa

Revisão Renata Taques, Jéssica Ferrari, Isabela Rios

Colaboração Geraldo Prado (Casa Prado – Cuiabá, MT)

EDIÇÃO Giral Viveiro de Projetos

Direção Técnica Mateus Mendonça **Edição** Julio Lamas e João Mello Bourroul

Redação Diogo Vallim e João Teixeira **Revisão** João Mello Bourroul

Projeto Gráfico Luciano Arnold **Diagramação e infografia** Luciano Arnold

Foto de capa Crayonstock

Minha Empresa Sustentável: Comércio Varejista. Centro Sebrae de Sustentabilidade – Cuiabá: 2016.

28 p. il.

ISBN 978-85-7361-079-6

1. Sustentabilidade; 2. Pequenos negócios; 3. Práticas sustentáveis; 4. Gestão de empresas; 5. Competitividade; 6. Varejo; 7. Mercado; 8. Compras; 9. Reciclagem. **I. Título.**

CDU: 030 [036]

TENDÊNCIAS DO MERCADO	4
-----------------------	---

PROCESSOS PARA a SUSTENTABILIDADE

 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	6
 Gestão Financeira	7
 Gestão da Qualidade	9
 ENCADEAMENTO PRODUTIVO	10
 POLÍTICAS PÚBLICAS	12
 Gestão de Pessoas	12
 COMPRAS SUSTENTÁVEIS	14
 DESENVOLVIMENTO SOCIAL	15
 Gestão Ambiental	
USO EFICIENTE DE ÁGUA	16
GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS	17
USO EFICIENTE DE ENERGIA	18
 Legislação, Normas e certificações	19
 Marketing e Comunicação	20
 Mercado e Consumo Consciente	21

COLOCANDO NO PAPEL	22
--------------------	----

DIAGNÓSTICO	24
-------------	----

resumo das dicas	26
------------------	----

O termo varejo aplica-se aos setores do comércio que vendem produtos diretamente para o consumidor final, integrando uma vasta cadeia de produtores ao dia a dia das pessoas. Em linhas gerais, podemos dizer que este segmento de negócios se subdivide nos seguintes setores:

- combustíveis
- super e hipermercados
- tecidos e artigos de vestuário
- móveis e eletrodomésticos
- produtos farmacêuticos e artigos de perfumaria
- produtos agropecuários
- pet shops
- equipamentos de escritório
- livros, jornais e papelerias
- veículos
- materiais de construção
- artigos de uso doméstico.

Impulsionado principalmente pelo crescimento da classe C e a entrada de 40 milhões de pessoas no mercado consumidor em anos recentes, o varejo oferece hoje múltiplas oportunidades para aqueles que desejam empreender no segmento. Entre 2004 e 2013, num período conhecido como a década do varejo, o PIB do setor no Brasil cresceu 103% ao mesmo tempo que a economia total do país cresceu 44%.

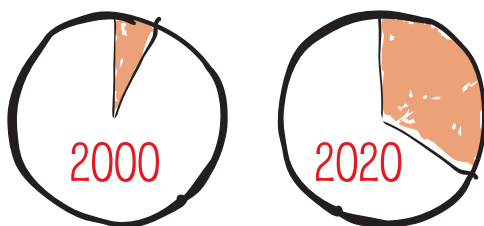
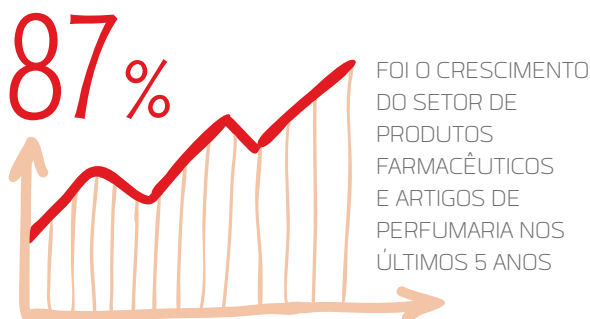
Contudo, apesar deste crescimento impressionante, o varejo também apresenta um contexto de desenvolvimento muito dinâmico.

Essa realidade exige que os empreendedores do setor tenham que se atualizar continuamente na busca por soluções e estratégias de negócio. A revolução tecnológica trazida pela internet e a telefonia móvel, aliada às inovações na logística de entrega, mudaram o contexto de compras e vendas do setor de forma substancial, limitando margens de lucro e obrigando os varejistas a inovarem na gestão do seu empreendimento para melhorar continuamente seu desempenho.

Uma abordagem que valoriza a sustentabilidade no setor pode se apresentar como um importante diferencial competitivo. Seja dando destaque a produtos sustentáveis ou utilizando o próprio estabelecimento como um showroom de soluções ambientalmente corretas, o empreendedor do setor de varejo pode se tornar um importante ator na transição de toda a sociedade para a sustentabilidade.

A publicação que você tem em mãos tem como principal objetivo abordar ações práticas que vão impulsionar o seu negócio, dando sugestões sobre como adotar uma gestão moderna e eficiente, em equilíbrio com a natureza e seus recursos que, como se sabe, são essenciais, mas também escassos. Aqui, haverá uma oportunidade real para se informar a respeito de novas informações sobre sustentabilidade no mercado de varejo, analisar a cadeia produtiva desse setor, entender como montar um painel estratégico para facilitar seu planejamento e se aprofundar nos aspectos mais importantes para a sustentabilidade de um empreendimento de sucesso. Além disso, no final da leitura, você vai poder testar seus conhecimentos práticos na área.

Acredite, empreendedor, seu fluxo financeiro, seus clientes e o planeta agradecerão.



NO INÍCIO DOS ANOS 2000, O VAREJO REPRESENTAVA CERCA DE 6% DO PIB DO PAÍS. ESPERA-SE QUE, EM 2020, ESSA PARTICIPAÇÃO CHEGUE A 30%

DAS
5,9 MILHÕES
DE MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS EM
ATIVIDADE NO BRASIL...



... CERCA DE

3,1 MILHÕES
ATUAM NO SETOR
DE COMÉRCIO



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Elaborar um bom planejamento estratégico é um passo fundamental na definição de caminho para o sucesso do seu negócio. É um processo contínuo de estruturação do empreendimento, dando direcionamento e controle para maximizar ganhos e superar desafios

⇒ O primeiro passo é a definição da Missão, Visão e Valores da empresa – são esses fatores que irão guiar o negócio em direção aos seus objetivos. Analise o mercado e estude os concorrentes para traçar um plano com base na sua distinção em relação a eles. Tenha clareza de onde quer chegar e como chegará lá de forma sustentável. Valorize fornecedores e colaboradores como parceiros nessa caminhada.

⇒ No ramo do varejo, o empreendedor que deseja incorporar princípios de sustentabilidade deve, antes de tudo, definir o segmento de ação em que pretende atuar. Seja qual for o produto ofertado, o negócio deve se enquadrar em uma das categorias do setor: especialidade, departamento, supermercado, conveniência, descontos, off price [ponta de estoque], super loja e showroom. Mesmo que algumas destas categorias sejam mais afinadas com a sustentabilidade que outras, nenhum dos modelos impede que o empreendedor adote mudanças nesse sentido.

⇒ Privilegiar a comercialização de produtos orgânicos, ou produzidos localmente, por exemplo, é uma das diretrizes que podem ajudar um empreendimento a ser sustentável, além da adoção de uma arquitetura que utilize iluminação natural, a gestão ambientalmente correta de resíduos e novas políticas de relacionamento com fornecedores.

VEJA ABAIXO O EXEMPLO DE UMA ANÁLISE PREENCHIDA PARA UMA LOJA SUSTENTÁVEL

Forças	Fraquezas
◦ Atendimento com qualidade e rapidez ◦ Ambiente diferenciado e agradável ◦ Localização privilegiada ◦ Preços acessíveis ◦ Funcionários treinados e clientes valorizados ◦ Produtos fabricados com materiais naturais, orgânicos ou reciclados	◦ Investimentos maiores com capacitação ◦ Custo elevado do produto final sustentável ◦ Pouca diversidade de produtos ◦ Lojas distantes de grandes centros de comércio ◦ Pagamento somente à vista
Oportunidades	Ameaças
◦ Crescimento do consumo consciente ◦ Aumento das exigências e fiscalização trabalhista ◦ Diversificação de produtos certificados com garantia de qualidade ◦ Grandes empresas demandando parcerias com pequenos para fornecimento dos produtos ◦ Maior consciência dos consumidores em relação ao impacto ambiental das empresas	◦ Concorrentes com produtos insustentáveis a preços mais acessíveis ◦ Situação econômica do país e limitação financeira dos clientes ◦ Legislação e fiscalização mais rígidas

Para entender a complexidade dessas questões, a melhor ferramenta é uma análise SWOT – Strengths [forças], Weaknesses [fraquezas], Opportunities [oportunidades] e Threats [ameaças] – do negócio. Com esse mapa, fica mais fácil se planejar. Lembre-se que oportunidades e ameaças estão relacionadas ao mercado, ou seja, àquilo que o empresário não pode controlar. Forças e fraquezas, por sua vez, estão relacionadas aos processos internos do empreendimento, que podem ser modificados pelo empresário.



goo.gl/amdHnJ

Veja dicas sobre planejamento estratégico para pequenos negócios



Gestão Financeira

Para manter o sucesso e enfrentar os desafios diários, uma boa gestão das finanças é vital tanto para os negócios tradicionais quanto para os que prezam pela sustentabilidade. Ainda assim, o plano financeiro de um varejo sustentável possui certas particularidades. Veja algumas dicas:

GASTOS [INVESTIMENTO INICIAL, CUSTOS E DESPESAS]

O valor da compra ou do aluguel do ponto comercial e as despesas com novos equipamentos e mobiliário estão entre os principais gastos para abrir um negócio. A recuperação desse investimento inicial mostra que seu negócio é rentável.

⇒ Despesas com a compra de produtos, serviços, marketing e vendas, sendo eles fixos ou não, devem ser contabilizados mensalmente. Dado

TRANSPARÊNCIA NA relação entre CONSUMIDOR e PRODUTOR

O Instituto Chão, em São Paulo, inovou na comercialização de produtos *in natura*. Além de oferecer exclusivamente alguns alimentos orgânicos, o empreendimento apresenta um novo modelo de precificação, sendo 100% transparente no custo que é repassado ao produtor e aquele que fica com o estabelecimento.



www.institutochao.org

Saiba mais sobre o modelo do Instituto Chão

ENTREGA DE FLORES NA BICICLETA: UMA ALTERNATIVA BONITA E SUSTENTÁVEL

A floricultura paulistana A Bela do Dia criou um produto inovador: a assinatura de flores. Semanalmente, em um dia escolhido pelo cliente, a loja entrega um arranjo de flores diferentes. Como diferencial, os produtos são entregues em bicicletas, especialmente decoradas para a função. Além de bonitas, as bicicletas são uma alternativa 100% sustentável aos modelos de entrega atualmente existentes no mercado e a ideia pode ser copiada em outros modelos de varejo.



goo.gl/AGi0Gd

Saiba mais sobre A Bela do Dia

que no varejo o giro de capital [entradas e saídas] é alto, deixar de exercer controle sobre as movimentações financeiras pode seriamente comprometer a viabilidade financeira do negócio. Hoje, o mercado já oferece opções de sistema customizadas para cada segmento do varejo.

⇒ Um negócio sustentável deve considerar um equilíbrio financeiro baseado num investimento inicial até 10% maior que o de um empreendimento tradicional. Esta despesa adicional pode estar relacionada com custos extras em arquitetura e instalação de sistemas econômicos de água e energia, por exemplo. Com tempo, esse investimento pode ser compensado rapidamente com custos menores na manutenção de equipamentos e no consumo de recursos.

PREÇO DE VENDA

O valor cobrado pelos produtos oferecidos no comércio é o que, no fim, pagará todos os gastos. Leve em conta os custos operacionais [compras de produtos, custo com colaboradores, água, luz, telefone etc.] e despesas comerciais [marketing e vendas]. Com estas informações em mãos, é possível definir o preço ideal dos seus produtos e serviços.

⇒ No varejo sustentável, considere a possibilidade de cobrar um pouco mais pelo oferecimento de um produto diferenciado e esteja especialmente atento aos custos de cada produto. Em todos os casos a fórmula para definir o preço ideal é a mesma: **PREÇO = CUSTO + DESPESAS + LUCRO**. Mas antes de definir um valor verifique o regime de tributação no qual sua empresa está inserida.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO E PONTO DE EQUILÍBRIO

Margem de Contribuição é quanto cada produto vendido contribui para pagar as despesas fixas mensais e formar o lucro final.

Ponto de equilíbrio é a venda mensal necessária para gerar a receita suficiente para pagar as despesas que a empresa tiver no mês. Isto é, “empatar” o investimento – não ter lucro acumulado no mês, mas também não ter prejuízo.

Fique atento à gestão do estoque no equilíbrio financeiro do seu varejo. Um estoque mal planejado aumenta os custos dos produtos, diminui sua margem de contribuição e ainda pode provocar prejuízos, especialmente no caso de produtos perecíveis.

RETORNO DO INVESTIMENTO

O retorno do valor investido é fundamental para determinar a viabilidade de um negócio no varejo. O prazo de retorno é o quanto demorará para recuperar o investimento inicial, podendo variar de negócio para negócio.

⇒ A previsão de entrada e saída de dinheiro [fluxo de caixa] auxilia na previsão dos acontecimentos futuros, dando tempo de tomar decisões necessárias. Por isso, organize a rotina do empreendimento e revise o fluxo de caixa diariamente. Saber a situação financeira e ter metas estabelecidas facilita na hora de decidir sobre novos investimentos em infraestrutura ou em recursos humanos.

goo.gl/3oKtDQ

Veja dicas sobre
gestão financeira para
pequenos negócios





GESTÃO DA QUALIDADE

Juntamente com o preço, a gestão da qualidade – dos produtos oferecidos, atendimento e de toda a experiência do consumidor na loja – é o principal fator de competitividade nos empreendimentos de varejo.

Quando consideramos que um empreendimento sustentável possui uma margem mais limitada para competir através dos baixos preços, a gestão da qualidade torna-se uma estratégia vital, tanto para a minimização de impactos, quanto para a própria viabilidade do negócio.

- ⇒ Levando em conta a visita do cliente ao ponto de venda, considere a possibilidade de oferecer serviços adicionais que possam tornar a experiência mais agradável e sustentável. Ofereça água em copos reutilizáveis, sacolas reaproveitáveis e um espaço para relaxamento, além de fraldário.
- ⇒ A transparência e a comunicação devem ser valorizadas. Comunique aos clientes como é o monitoramento da qualidade dos produtos comercializados e convide-os para contribuir com o processo através de canais de comunicação, como na página do Facebook.
- ⇒ Invista na qualidade do atendimento pós-venda. Quando bem realizado, o pós-venda garante o retorno do cliente e pode ser uma ferramenta fundamental para o engajamento do público-alvo em torno de outras ações do seu negócio.
- ⇒ Invista no treinamento dos colaboradores, melhorando continuamente o atendimento e o controle dos processos de venda e estoque.
- ⇒ Utilize registros de ocorrência a serem preenchidos pelos funcionários, realize pesquisas diretas com os consumidores e, acima de tudo, esteja presente sempre que possível. A interação direta com o cliente final é uma ferramenta eficiente na garantia da qualidade.

goo.gl/WQUZik

**Veja dicas sobre
gestão da qualidade
para pequenos negócios**



Para além DOS PRODUTOS

Ao planejar sua loja sustentável, considere a experiência do cliente desde o momento em que ele chega até a saída. Ofereça serviços que podem facilitar a vida dele, como recarga de celular, de forma a facilitar a conveniência da sua logística.

CRÍTICAS CONSTRUTIVAS DO CLIENTE

Atenção especial à qualidade do atendimento. A internet e as redes sociais contribuíram para a criação de uma relação na qual o cliente pode possuir mais conhecimento sobre alguns produtos do que o próprio vendedor. Incentive a pesquisa entre os responsáveis pelo atendimento e estude a repercussão dos produtos e serviços do seu varejo em sites como o Reclame Aqui. Procure sempre oferecer produtos de qualidade comprovada.



ENCADREAMENTO PRODUTIVO

A dinâmica do mercado conduz ao encontro entre grandes e pequenos empreendimentos. Quando há parceria, com a inserção das micro e pequenas empresas na cadeia de valor das grandes, chamamos de encadeamento produtivo. Cada vez mais, o mercado tem exigido que empresas de grande porte tenham processos sustentáveis e as certificações que acompanham essa demanda. Uma vez certificadas, elas têm a obrigação de formar uma cadeia de valor sustentável, exigindo que os fornecedores também tenham esses atributos. Para participar, os pequenos negócios precisam se preparar para encarar desafios, mas também potenciais oportunidades.



INDÚSTRIA

A indústria, responsável pela transformação das matérias-primas nos produtos que serão comercializados, é uma parceira fundamental para a promoção da sustentabilidade no varejo. Além de conhecer as práticas de gestão ambiental da indústria e dar destaque aos produtos sustentáveis, o varejista pode participar de fóruns de responsabilidade social empresarial para se informar sobre processos de responsabilidade compartilhada, na qual todos os atores da cadeia contribuem para a sustentabilidade da produção.



Matéria-Prima

A extração de matéria-prima é a primeira etapa da fabricação dos produtos do varejo. Além de entender como são as cadeias produtivas daquilo que comercializa, o varejista deve estar familiarizado com o conceito de rastreabilidade. Ao saber por onde passa o produto até a sua origem, o varejista contribui para a redução de impactos dos processos de produção e extração de matéria-prima.



atacado

Responsáveis por comercializar quantidades maiores de produtos diretamente para o comércio varejista, os atacadistas são parceiros extremamente importantes para empreendedores, especialmente nas regiões mais distantes do país. Para uma boa gestão financeira, a negociação de prazos de pagamento junto aos atacadistas é um elemento chave.



comercialização

A comercialização para o cliente final é a etapa realizada diretamente pelo varejista. Apesar de representar menos de 10% dos impactos totais da cadeia, é nessa etapa que se estabelece a ligação mais direta entre produtores e consumidores. Conhecer a rastreabilidade e comunicar práticas sustentáveis da fabricação dos produtos pode gerar muitos resultados em termos de engajamento de público.





PÓS-CONSUMO

De acordo com o código de defesa do consumidor, é responsabilidade do varejista, por exemplo, a troca de produtos em até uma semana após a data da compra. É importante saber, porém, que o atendimento pós-consumo vai muito além das trocas e pode ser uma ferramenta para o engajamento de clientes na causa da sustentabilidade.



Gestão de Resíduos

A gestão ambientalmente correta dos resíduos gerados depois do consumo é de extrema importância para a cadeia produtiva sustentável. Dar a destinação adequada aos materiais recicláveis, criar soluções para o descarte de embalagens e adotar outras estratégias de redução de desperdício trazem resultados positivos para o meio ambiente e a sociedade.



Logística de Entrega

Dependendo da modalidade de comercialização, física ou online, é responsabilidade do varejista garantir a entrega do produto ao cliente. A cada dia são desenvolvidas soluções para o ganho de eficiência e a minimização dos impactos desta fase, utilizando bicicletas, carros elétricos ou softwares de otimização de espaço para veículos de carga.

Veja mais dicas sobre encadeamento produtivo para pequenos negócios



goo.gl/BpcZC3

Da Natureza até o Cliente

A rastreabilidade é um conceito que pressupõe o compartilhamento de informações sobre o ciclo de vida de um produto comercializado, de forma que todos os atores da cadeia possam identificar a origem e os processos produtivos que levam o produto à prateleira do varejo. Por ser focada na transparência, a rastreabilidade fomenta a responsabilidade compartilhada pela qualidade e pelos impactos ambientais de todas as etapas da cadeia.

Responsabilidade Compartilhada

Determinada também pela Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/10), a responsabilidade compartilhada determina que todos os atores envolvidos na cadeia de produção de determinados produtos são responsáveis pelo bom gerenciamento dos resíduos sólidos gerados ao final do processo de consumo. Essa determinação legal tem sido a base para importantes articulações entre indústrias e varejistas para a criação de soluções sustentáveis e acordos setoriais com o poder público.



POLÍTICAS PÚBLICAS

O conhecimento sobre as políticas públicas que influem no setor de varejo pode abrir uma importante oportunidade para a promoção de uma agenda sustentável junto ao consumidor, aos atacadistas, às indústrias e outros parceiros. Veja como elas podem contribuir para a transição de seu negócio para a sustentabilidade:

- ⇒ Conheça a Política Nacional de Resíduos Sólidos e estude as possibilidades que ela pode gerar para o seu negócio. A responsabilidade compartilhada, estruturada através de acordos setoriais, tem sido a base para a criação de programas de logística reversa que tem no varejo um ator estratégico. Procure saber o que grandes cadeias de varejo estão desenvolvendo no setor e se posicione para oferecer soluções adequadas à escala do seu negócio.
- ⇒ O Plano Nacional das Relações de Consumo e Cidadania [Decreto nº 7963 de 2013] criou uma referência importante para a redução de conflitos entre clientes e empresas. Conhecer os direitos e deveres do varejista neste conceito pode ajudar na estruturação de uma agenda de relacionamento que fortaleça o engajamento de todos os atores.
- ⇒ Esteja atento às metas e diretrizes do Sistema Público de Escrituração Digital [SPED] para o varejo e viabilize a emissão de notas fiscais eletrônicas, minimizando gastos com papel, gerenciamento de dados e gestão de resíduos.
- ⇒ Uma articulação entre governo federal e a ABRAS [Associação Brasileira de Supermercados] viabilizou a desoneração de impostos sobre oito itens da cesta básica. Saiba qual a lista de itens beneficiados e repasse aos clientes finais este benefício.

O FIM DAS SACOLINHAS

Muitas prefeituras têm adotado políticas públicas que limitam a distribuição de sacolas plásticas para os consumidores. Em São Paulo, a recente regulamentação da lei 15.374/2011 proíbe a distribuição gratuita de sacolas, obrigando os estabelecimentos a cobrar pelas unidades que o consumidor requisitar. Em municípios onde essa política ainda não foi adotada, o empreendedor pode se adiantar e se adaptar.



GESTÃO DE PESSOAS

Por atuarem diretamente com a satisfação do cliente, todos os funcionários de um estabelecimento comercial devem realizar suas atividades com o maior cuidado e qualidade possível. Dependendo do tamanho do empreendimento, o número, o tipo e a descrição das funções pode variar. Para uma loja de pequeno porte, os cargos essenciais estão descritos a seguir:



goo.gl/j6t6w8

Veja dicas sobre políticas públicas para pequenos negócios



goo.gl/Lk0nK5

Veja dicas sobre gestão de pessoas em pequenos negócios

GERENTE DE LOJA

Além de ser o responsável por abrir e fechar o estabelecimento, cabe a ele o gerenciamento e liderança sobre todas as funções do varejo, como o atendimento, o controle de estoque, a gestão administrativa e financeira.

FRENTE DE CAIXA

É o profissional responsável pela abertura e fechamento de caixa, além da execução da venda em si. Se o sistema de vendas no caixa adotado for complexo, o profissional precisa ter capacitação técnica.

VENDEDOR

É o colaborador que realiza o atendimento direto com o consumidor, recebendo suas demandas e apresentando o produto. Um bom vendedor é capacitado em técnicas de vendas e negociação.

AUXILIAR DE LOJA

Realiza a recepção, controle e reposição de produtos, tendo uma função importante no controle de estoque realizado pela gerência.

ESTOQUISTA

Cabe ao estoquista guardar e a preservar as mercadorias estocadas da loja, realizando seu empacotamento e desempacotamento de acordo com as orientações da gerência.

FISCAL DE LOJA

O fiscal de loja possui uma função importante na segurança do estabelecimento, realizando o monitoramento de segurança e impedindo furtos.

- ⇒ A sensibilização e o engajamento dos funcionários são aspectos importantes para tornar seu negócio sustentável, uma vez que serão eles que irão aplicar as ações sustentáveis no dia a dia de sua empresa.
- ⇒ O varejo apresenta altas taxas de rotatividade entre os funcionários. São cada vez mais necessárias medidas que visem o bem-estar dos colaboradores e a retenção de talentos.
- ⇒ Valorize a diversidade dos seus colaboradores e estimule a cooperação entre a equipe, reconhecendo resultados.
- ⇒ Se possível, ofereça espaços de convivência e descanso. Estabeleça rotinas de trabalho de acordo com a legislação.
- ⇒ Promova o engajamento dos colaboradores e o conhecimento sobre os produtos comercializados e as soluções sustentáveis adotadas. Eles são o melhor canal de comunicação com os clientes e o público em geral.
- ⇒ Empregar pessoas que vivem no entorno é uma boa maneira de promover o desenvolvimento social da região.



COMPRAS SUSTENTÁVEIS

A realização de compras sustentáveis é uma das estratégias fundamentais para a estruturação de um empreendimento de varejo que minimiza impactos ambientais e gera resultados positivos para o planeta e a sociedade. Seja na aquisição de insumos de suporte para as atividades ou na compra de produtos que vão ser comercializados para o cliente final, o mercado oferece uma ampla variedade de fornecedores com práticas de gestão sustentável e disponibilidade de equipamentos com eficiência energética. Veja algumas dicas neste sentido:



goo.gl/3eKkR0

**Veja dicas
sobre compras
sustentáveis para
pequenos negócios**

- ⇒ Para além da seleção de produtores que possuem práticas sustentáveis, o varejo pode privilegiar produtos locais. Comprar produtos de fornecedores próximos auxilia no desenvolvimento social e econômico da região onde está localizado o seu negócio e reduz os custos de transporte e impactos ambientais associados.
- ⇒ Dentro da lógica da responsabilidade compartilhada, privilegie produtos de empresas que consideram a redução de geração de resíduos com as embalagens.
- ⇒ Para produtos de origem animal e vegetal, tenha em mente a sazonalidade. Planeje suas compras de acordo com as temporadas e incentive seus consumidores a fazer o mesmo. Produtos naturais fora de época consomem mais energia e insumos, podendo vir de outras regiões, o que aumenta o impacto da logística.
- ⇒ O pensamento estratégico de sustentabilidade no varejo vem caminhando no sentido de apresentar a maior variedade possível de produtos sustentáveis dentro da linha de trabalho da loja. Mais do que estruturar uma seção exclusiva de produtos naturais/orgânicos/sustentáveis, é recomendável que todas as seções do varejo tenham opções para o cliente engajado.
- ⇒ Utilize apenas produtos biodegradáveis para os serviços de manutenção e limpeza.
- ⇒ Priorize a compra de mobiliário verde [madeira certificada, de demolição ou de reflorestamento, além de materiais recicláveis ou reciclados] e utilize papel reciclado.

COMÉRCIO JUSTO

É sempre importante lembrar que o empreendedor tem muito a ganhar na escolha de marcas de qualidade reconhecidas pelo cliente e na busca por fornecedores que prezam pelo comércio justo. O benefício não está apenas na qualidade do serviço e na satisfação do cliente – seu estabelecimento só tende a se valorizar quando participa dessas possíveis parcerias da cadeia de produção na qual o negócio está inserido, seja na forma de marketing direto e indireto ou na forma de vantagens financeiras variadas na aquisição de produtos, insumos e equipamentos.



DESENVOLVIMENTO SOCIAL

Tanto em grandes centros urbanos como em pequenas cidades, o varejo atua como importante ponto de desenvolvimento social. Mesmo com as recentes evoluções das tecnologias de comunicação, os estabelecimentos comerciais continuam como importantes centros de troca de informação e aprendizagem. Aproveite este potencial para promover a região onde o estabelecimento atua adotando as seguintes práticas:

- ⇒ Avalie a possibilidade de oferecer o espaço do seu estabelecimento para eventos realizados pela e para a comunidade. Crie um quadro de avisos próximos aos caixas para que a sociedade civil local possa fazer campanhas e deixar avisos.
- ⇒ Atue ativamente na melhoria dos espaços públicos do entorno da loja. Engaje outros comerciantes e associações da região nessa atividade, assim como seus representantes no legislativo.
- ⇒ No caso do seu estabelecimento estar localizado no mesmo ponto há muitos anos, considere a instalação de um espaço de memória. Registre ações de mobilização que foram realizadas, monitore resultados e valorize a atuação de lideranças que cumprem um importante papel na vida da comunidade local.
- ⇒ Avalie a possibilidade de realizar campanhas de doação de agasalhos e outros donativos em datas especiais. Implemente postos de doação e coleta em áreas de grande circulação da loja.



goo.gl/bLcJde

Veja dicas sobre
desenvolvimento social
para pequenos negócios

reciclar pela INCLUSÃO

Por conta da PNRS [Política Nacional de Resíduos Sólidos] e da responsabilidade compartilhada na gestão de resíduos pós-consumo, grandes cadeias de supermercado vêm implantando Pontos de Entrega Voluntária (PEVs) em suas unidades. Operados em parceria com empresas de logística, prefeituras e cooperativas de reciclagem, os PEVs viabilizam a doação de materiais para cooperativas de catadores de material reciclável do entorno, gerando renda para atores-chave de um mundo sustentável.

GESTÃO AMBIENTAL USO EFICIENTE DE ÁGUA

A água é um recurso tão valioso quanto escasso – tomar atitudes para reduzir o seu consumo e evitar desperdícios é essencial. É necessário ter controle sobre os processos internos do negócio para identificar a quantidade de consumo, além dos locais e períodos em que isso mais ocorre.

- ⇒ Realize inspeções periódicas de vazamentos. Feche o registro central de água e verifique se o contador continua girando.
- ⇒ Avalie se a água usada em certos processos pode ser reutilizada.
- ⇒ Utilize álcool em gel para a higienização e desinfecção dos funcionários para a manipulação de produtos comestíveis.
- ⇒ Uma ótima solução para diminuir o consumo e os gastos com água pode ser a instalação de sistemas de captação de água da chuva. É necessário definir o tamanho do reservatório/cisterna e modelar o sistema que irá coletar a água, tratá-la e reutilizá-la em descargas e limpeza de pisos.



goo.gl/6d2le8

Aprenda mais sobre técnicas de reúso



goo.gl/rCuQhG

Dicas sobre captação de água da chuva



goo.gl/797Kkz

Veja dicas para evitar o desperdício d'água

A área de produção, cozinha e banheiros dos funcionários são os ambientes que mais consomem água no varejo. Em conjunto, ações práticas podem reduzir o seu consumo em até 62%. Confira algumas dicas para se aproximar desse número:

- ⇒ Ensaboe todos os copos, canecas, xícaras e pratos antes de enxaguar. Isso pode reduzir o consumo de água em até 80% nas pias da cozinha.
- ⇒ Instale arejadores e temporizadores nas torneiras. Custam em torno de R\$ 10 cada, e economizam até 59% no consumo das torneiras.
- ⇒ Adote controladores eletrônicos de fluxo e acionamento nas torneiras e mictórios. Por até R\$ 80 de investimento na unidade é possível diminuir em 75% o uso de água.

GANHANDO O CLIENTE “VERDE”

Há 20 anos no mercado na capital baiana, a Camisas Polo Salvador é uma confecção que aposta em roupas feitas com matérias-primas sustentáveis. “Por volta de 2008, com a invasão dos tecidos chineses, as coisas ficaram muito difíceis. Foi aí que percebi que haviam poucos fornecedores ‘verdes’ e enxerguei essa oportunidade”, conta o empresário Hari Hartmann. Hoje, a empresa possui uma linha de camisas com 50% poliéster de garrafas pet, e mais de 30 ações de sustentabilidade, entre utilização de energia solar, captação de água da chuva, instalação de maquinários mais eficientes e disponibilização de bicicletários. A economia chega a 90% no consumo de água e 30% no de energia.



goo.gl/yOhqMQ

Saiba mais sobre as ações da Camisas Polo Salvador



GESTÃO AMBIENTAL

GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS

A melhor forma de garantir uma boa gestão de resíduos é racionalizar seus processos e eliminar toda e qualquer forma de desperdício nas etapas e processos internos do seu estabelecimento. Apesar do alto volume de resíduos gerados pelo varejo, grande parte deles pode ser destinada para a reciclagem ou recuperada através da compostagem para ser reaproveitada como adubo para a produção agrícola.

- ➔ Instale um Ponto de Entrega Voluntária [PEV] de materiais recicláveis, incentivando seus clientes também a reciclarem. Para sua operação, estabeleça parcerias com cooperativas ou associações de catadores de material reciclável. Lembre-se que esses atores são prestadores de serviço importantes para a realização de uma logística reversa verdadeiramente inclusiva.
- ➔ Reveja seus processos e defina medidas de redução como primeira prioridade, seguindo os princípios de reutilizar e reciclar para diminuir custos de produção e funcionamento.
- ➔ Realize treinamentos com sua equipe para garantir a separação adequada dos recicláveis de acordo com as cores de sacos e lixeiras.
- ➔ No caso de preparação de alimentos dentro do estabelecimento, estabeleça um sistema de controle de sobras de alimentos, pesando e registrando o que sobrou a cada dia. Utilize essa informação para investigar o motivo das sobras e rever as quantidades produzidas.
- ➔ Busque fornecedores que utilizam embalagens retornáveis. Isso reduz a geração de resíduos e a necessidade de recursos naturais para fabricação de novas embalagens.
- ➔ Separe os resíduos orgânicos [restos de comida e cascas de alimentos], realize a compostagem internamente ou estabeleça uma parceria com organizações que realizam esse processo.
- ➔ Uma boa gestão do estoque reduz o desperdício e os custos com compras e contas de luz. Por isso, siga a regra PVPS [Primeiro que Vence, Primeiro que Sai].



goo.gl/B3Eyug

**Veja dicas
sobre gestão
ambiental
para pequenos
negócios**

REDUÇÃO NO PRÉ-CONSUMO

O programa Caixa Verde do grupo Pão de Açúcar apresentou uma interessante iniciativa na gestão de resíduos no varejo. Os supermercados da rede possuem, junto aos caixas, um ponto de destinação de materiais que incentiva os consumidores a destinarem para a reciclagem os resíduos de embalagens antes mesmo do transporte para casa. Assim, o consumidor consciente reduz seu impacto e garante a efetividade da logística reversa no pré-consumo.



goo.gl/SA7FKU

**Saiba mais no site
da iniciativa**



GESTÃO AMBIENTAL

USO EFICIENTE DE ENERGIA

Um dos principais gastos operacionais nos estabelecimentos de varejo está no consumo de energia elétrica e gás, seja na utilização de fornos, refrigeração dos produtos ou no controle da temperatura ambiente. Como a energia normalmente vem direto da rede, os donos de estabelecimentos comerciais podem não ter alternativas sobre o tipo de energia que utilizarão, mas podem ter atuação direta sobre a eficiência do sistema que operam. Melhorar a eficiência energética também traz benefícios ambientais através da redução na emissão de gases de efeito estufa que contribuem para o aquecimento global. Algumas dicas podem ajudar a otimizar o uso desse recurso:

⇒ A arquitetura do seu espaço é crucial para a eficiência no uso de energia. É preciso considerar o conforto térmico e visual – o sombreamento e a incidência de sol na fachada têm impacto direto no uso de energia para climatização e iluminação. Considere utilizar ventilação natural, além de cores claras na pintura, telhas transparentes, janelas de vidro amplas e claraboias para otimizar o uso de luz natural. Caso não seja possível, reduza o consumo de ar condicionado utilizando modelos adequados ao tamanho do seu espaço.

⇒ É possível utilizar a luz solar para aquecer água ou gerar energia através de placas fotovoltaicas, reduzindo ou até mesmo zerando seu consumo de energia elétrica da rede.

⇒ Substitua as lâmpadas incandescentes por lâmpadas fluorescentes ou de LED, que, além de terem vida útil mais longa, consomem até 75% menos energia. Estudos comprovam que a luz branca emitida pelo LED aumenta a sensação de segurança de clientes e funcionários.

⇒ Instale sensores de presença em ambientes de permanência transitória e adote luminárias refletoras.

⇒ Realize inspeções periódicas na sua rede elétrica e verifique a necessidade de substituição de equipamentos ineficientes. Atualmente, há uma oferta ampla no mercado de equipamentos mais eficientes e sustentáveis. Verifique a etiqueta de classificação de consumo, mas fique atento pois nem sempre equipamentos possuem o mesmo consumo de energia indicado na classificação. Avalie quais equipamentos se adequam melhor ao seu estabelecimento e troque se necessário.

goo.gl/vQM7w

**Faça uma simulação de custos
para a instalação de placas
solares no seu empreendimento**



CAMPEÕES DO CONSUMO

Segundo a ABESCO (Associação Brasileira das Empresas de Serviços de Conservação de Energia), o ar condicionado é responsável por 30% a 60% do consumo total de energia de uma loja. Os equipamentos de refrigeração ficam na segunda posição, com 25% a 50% do consumo.

→ Cheque a necessidade de sistemas de refrigeração e conheça a temperatura e umidade correta para guardar cada produto, gerenciando seu estoque adequadamente e separando cada tipo de item em equipamentos diferentes. O armazenamento inapropriado altera as propriedades dos alimentos [cor, cheiro e textura, por exemplo], e desperdiça energia.

→ Verifique a capacidade de exposição dos produtos dos balcões refrigerados. Cada expositor tem um limite que deve ser respeitado. Nos casos em que o limite é ultrapassado, o equipamento vai consumir mais energia do que o especificado. A carga máxima vem indicada no próprio equipamento. Oriente seus funcionários.

→ Verifique se as borrachas de vedação da sua geladeira ou câmara fria estão em boas condições, evitando que o ar frio saia e aumente o consumo de energia.



LEGISLAÇÃO, NORMAS e CERTIFICAÇÕES

Por abarcar empreendimentos dos mais variados portes e segmentos, o setor do varejo possui um cenário complexo de regras e obrigações legais. Por essa razão, não deixe de investigar quais os regulamentos vigentes no seu município e para o seu setor, como o código de postura e a lei de zoneamento onde está o seu empreendimento. Como não poderia deixar de ser, no varejo é prioritário seguir as leis sanitárias e trabalhistas, bem como obter alvarás de segurança junto ao Corpo de Bombeiros. Busque conhecer a legislação e os selos de sustentabilidade relevantes para o setor.

→ O código de proteção e defesa do consumidor é o conjunto de normas que visam proteger o consumidor e regem as relações entre o fornecedor e o consumidor final com grande impacto para as atividades do varejista. O código foi instituído pela Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

→ A Lei 12.291, sancionada em 2010, determina a presença obrigatória do Código de Defesa do Consumidor em todos os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços em território nacional. O documento deve estar em local visível e de fácil acesso aos clientes, a fim de solucionar dúvidas no momento da aquisição de um bem. Em caso de descumprimento, o estabelecimento fica sujeito à multa.

→ Por meio da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), o setor conquistou junto ao governo federal a desoneração de tributos como o PIS/Cofins e o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) em oito itens da cesta básica: carnes, café, óleo de soja, manteiga, creme dental, papel higiênico, açúcar e sabonete. A Medida Provisória (MP) nº 609 beneficiou toda a cadeia de abastecimento e mais de 25 milhões de consumidores.

→ ISO 9001:2015 –
Norma de gestão
de qualidade

→ ISO 14001 –
Norma de Gestão
Ambiental



goo.gl/amdHnJ

Veja dicas sobre
normas e
legislações
para pequenos
negócios



MARKETING E COMUNICAÇÃO

Uma estratégia de marketing e comunicação eficiente é fundamental para qualquer empreendimento do setor varejista em transição para a sustentabilidade. É por meio das ações de comunicação que os hábitos dos consumidores podem ser direcionados para práticas mais sustentáveis. Atores dos mais variados tamanhos e setores do varejo já desenvolveram iniciativas variadas de marketing de acordo com os “4 Ps” do varejo – Preço, Produto, Ponto de Venda e Promoção. Veja como elas podem ser organizadas:

PREÇO

- ⇒ Há clientes dispostos a pagar mais por produtos e marcas que incluem a sustentabilidade na linha de produção e na gestão. Lembre-se de considerar no custo do seu produto ou serviço o custo da ação de sustentabilidade, a tributação e as despesas, além da sua margem de lucro.
- ⇒ Dê preferência a acordos comerciais com fornecedores que mantêm ações sustentáveis.
- ⇒ Estabeleça parcerias com empresas que trabalham com produtos sustentáveis, fornecendo espaço para divulgação de sua marca em troca de descontos e vantagens.

PRODUTO

- ⇒ Opte por embalagens recicláveis, elas serão reutilizadas no futuro como matéria-prima de outros materiais.
- ⇒ Prefira comercializar produtos com matéria-prima que foi reciclada ou que tenha algum selo que comprove sua responsabilidade socioambiental.
- ⇒ Atraia o consumidor por meio de produtos com rastreabilidade, garantindo sua origem, processos seguros de produção e distribuição, gerenciamento de riscos no processamento, certificações e selos de qualidade e segurança.

PONTO DE VENDA

- ⇒ Aproveite o momento da venda para introduzir conteúdos informativos que podem conscientizar o cliente. A responsabilidade pela mudança de hábitos de consumo é também do varejista e, muitas vezes, o cliente precisa apenas de um pequeno incentivo para transformar suas opções.
- ⇒ Ofereça sacolas retornáveis por um preço competitivo, incentivando sua aquisição.
- ⇒ Considere questões de logística e transporte ao selecionar seu ponto de venda

PROMOÇÃO

- ⇒ Seja ético e transparente na comunicação dos atributos dos produtos. Compartilhe com o cliente as informações sobre processos sustentáveis de produção, sem inventar, atributos que não podem ser comprovados.
- ⇒ Insira a sustentabilidade nas promoções. A compra de grandes quantidades de produtos perecíveis pode ocasionar desperdício nos lares dos consumidores. Considere ofertar pequenas porções por preços mais baixos, evitando desperdício e valorizando o produto.
- ⇒ Planeje promoções e descontos para clientes que realizam ações sustentáveis, como utilizar bicicletas como meio de transporte ou evitar o desperdício de alimentos.

- ➔ Divulgue as condutas de gestão sustentável no site da empresa, nas redes sociais e/ou em painéis espalhados pelo estabelecimento.
- ➔ Construa canais de diálogo com clientes e atores do entorno e esteja disposto a ajustar suas estratégias de acordo com demandas locais.
- ➔ Explore a internet como meio de divulgação e dê preferência ao e-mail marketing e anúncios em mídias sociais, reduzindo a geração de resíduo por descarte de papel.
- ➔ Diminua a quantidade de papel não reciclável gasto na sua comunicação.
- ➔ Utilize serviços de envio de mensagens por telefone (SMS) em promoções da empresa.



goo.gl/2Ql4h5

Veja dicas sobre comunicação e marketing para pequenos negócios



Mercado e CONSUMO CONSCIENTE

Os clientes e consumidores atuais estão cada vez mais engajados e comprometidos com a aplicação de atitudes sustentáveis no seu dia a dia. Em um cenário competitivo como o de hoje, os estabelecimentos varejistas que perceberem essas tendências e agirem para uma transição sustentável certamente terão mais facilidade para atrair esse público e garantir a sustentabilidade do seu negócio.

Além de considerar questões de saúde e qualidade de vida, o cliente com este perfil busca entender os aspectos sociais e ambientais por trás da sua escolha e possui consciência dos impactos causados por suas atitudes de consumo, dando preferência a estabelecimentos que alinham suas práticas de gestão segundo os princípios da sustentabilidade. A criação e o fortalecimento de um mercado consciente são duas das principais contribuições do varejista para um mundo mais sustentável. Veja algumas ações que podem ajudar:

- ➔ Possuir certificações e selos de qualidade e sustentabilidade certamente irá atrair os clientes mais engajados. Busque se informar se a sua região ou cidade possui algum órgão público ou associação que dê essas certificações para confirmar que os produtos que você comercializa são efetivamente orgânicos e sustentáveis.
- ➔ Conheça os produtos e práticas de mercados de nicho ligados à sustentabilidade, como o vegetariano e o vegano. Entenda as especificidades de cada perfil de consumidor e apresente produtos de forma customizada.

específico e rentável

A rede de lojas Mundo Verde, presente em 25 estados brasileiros, inovou ao criar uma cadeia de empórios focada em produtos sustentáveis e saudáveis. Com mais de 28 anos de atuação, a rede trabalha com um sistema de franquias premiado. A experiência demonstra a viabilidade econômica de uma iniciativa em um setor altamente segmentado.



goo.gl/0dVa05

Conheça mais sobre o modelo da Mundo Verde

CAMINHANDO PARA UM NEGÓCIO SUSTENTÁVEL

A transição para a sustentabilidade representa mudanças estruturais importantes e traz novas diretrizes para gerenciar o negócio. Diante dos inúmeros desafios que isso impõe, o Painel de Modelo de Negócios [Business Model Canvas] é uma poderosa ferramenta para auxiliar o empreendedor a atuar e inovar. Através de nove blocos que representam os principais pontos de sucesso de um negócio, o painel ajuda na identificação de novas demandas do mercado, adaptação aos desafios e visualização de oportunidades que aparecem na transição para uma gestão sustentável.

Veja aqui o exemplo de um Painel de Modelo de Negócios, que você mesmo pode fazer com base no seu negócio, para um empreendimento de varejo nesse caminho.

Parcerias Principais

O empreendedor precisa estabelecer parcerias que fazem o seu negócio funcionar. Saber quais são seus parceiros estratégicos é um fator fundamental para o desenvolvimento do seu estabelecimento.

- ✧ Indústrias e atacadistas alinhadas com as práticas de sustentabilidade
- ✧ Prestadores de serviço de logística
- ✧ SESC, SEBRAE e entidades de classe
- ✧ Fornecedores locais de produtos específicos
- ✧ Gerenciadores de resíduos orgânicos (compostagem) ou recicladores (cooperativas)
- ✧ Cursos e programas de qualificação dos empregados

Atividades Principais

São todas as ações que atendem os clientes e fazem parte desde o início do planejamento até as atividades do dia a dia.

- ✧ Aquisição e recepção de mercadorias
- ✧ Estoque/reposição
- ✧ Atendimento com qualidade e atenção

Recursos Principais

É a estrutura sem a qual o negócio não funciona. Em um empreendimento tradicional, o foco da gestão dos recursos são custo e qualidade.

- ✧ Soluções de logística
- ✧ Os recursos podem ser físicos (maquinário, mobiliário e alimentos), humanos (colaboradores), financeiros (capital de giro) e intelectuais (conhecimentos técnicos da equipe)
- ✧ Investimento em maquinários e infraestrutura que, mesmo com custo inicial maior, viabilizam a redução de consumo e compensam os próprios gastos em médio e longo prazo
- ✧ Conhecimento da gestão financeira do empreendimento
- ✧ Conhecimento do impacto da cadeia produtiva dos produtos comercializados

Estrutura de Custos

Lista dos gastos necessários para desenvolver as atividades principais, obter os recursos e estabelecer parcerias para criar e manter soluções alinhadas com a proposta de valor.

- ✧ Custos fixos (salários, aluguel, contas de água e energia, tv a cabo, taxas de cartão...)
- ✧ Custos variáveis (compra de mercadorias, impostos, materiais de limpeza, pagamento variável conforme produtividade...)
- ✧ Investimentos em equipamentos eficientes (ar condicionado, computadores...)
- ✧ Capacitação e treinamento dos colaboradores

PROPOSTA DE VALOR

Resumo das motivações que fazem o seu estabelecimento existir, demonstrando os principais fatores que diferenciam seu estabelecimento dos outros e agregam valor ao serviço que o cliente está buscando.

- ✧ Oferecer os preços mais baixos da região, com qualidade e sustentabilidade
- ✧ Diversidade de produtos
- ✧ Atender o cliente com produtos diferenciados para um mercado consciente e exigente
- ✧ Viabilizar uma cadeia produtiva sustentável com as empresas que estão localizadas na minha região
- ✧ Oferecer oportunidades de emprego e renda para jovens de baixa renda

RELACIONAMENTO COM CLIENTES

É essencial diversificar os canais de comunicação para estreitar a relação dos clientes com o negócio.

- ✧ Programas de fidelização, página no Facebook, avaliação do serviço e eficiência no atendimento
- ✧ Construção de canais para receber feedback sobre o serviço após o atendimento
- ✧ Utilização dos mesmos canais de comunicação para engajar o público para outras causas sociais relevantes para a comunidade

CANAIS

São os formatos de entrega e comunicação da proposta, além de estratégias de marketing que definem como e onde o serviço chega até o cliente.

- ✧ Formas de atendimento (motoboys para entrega a domicílio e, quando possível, entregas de bicicleta)
- ✧ Mídias digitais (Facebook, Whatsapp, Twitter, e-mail marketing...)
- ✧ Marketing boca a boca
- ✧ Parcerias com o comércio local
- ✧ Estratégias de marketing que valorizem o apelo sustentável e promovam a conscientização ambiental

SEGMENTO DE CLIENTES

Conhecer o perfil do público que frequenta seu estabelecimento é crucial para ajustar e adaptar as estratégias do seu negócio.

- ✧ Trabalhadores ou moradores de determinada região, público jovem ou de determinado poder aquisitivo
- ✧ Clientes que se identificam com a proposta sustentável do negócio e estão dispostos a se relacionar com o estabelecimento também pela causa

RECEITAS

É o dinheiro recebido após o atendimento da clientela. O relacionamento com o cliente deve possibilitar que se identifique o valor que ele está disposto a pagar pela qualidade do serviço prestado.

- ✧ Valor dos produtos comercializados
- ✧ Valor agregado à receita dos produtos e serviços por conta do apelo sustentável
- ✧ Recursos de parcerias

DIAGNÓSTICO

Ovarejo, em suas muitas modalidades e tamanhos, é um dos principais setores da economia mundial. No Brasil, o setor vem apresentando um crescimento sustentado ao longo dos últimos 15 anos e também já se configura como um setor estratégico para o desenvolvimento do país. Um em cada cinco empregos formais do país é do setor de comércio.

A essa importância econômica soma-se a própria natureza do negócio do varejo. Numa sociedade de produção em escala, é através do varejo que os produtos chegam aos consumidores finais, ganhando seu valor e causando impactos ambientais. Suas estratégias de marketing e comunicação formam hábitos de consumo e podem determinar uma mudança nas práticas do público.

Neste contexto, os pequenos negócios do varejo têm uma importância fundamental na transição da sociedade para a sustentabilidade. Seja no planejamento estratégico, na gestão financeira, no marketing ou em alguma outra das dimensões abordadas aqui, os pequenos negócios podem adotar soluções simples e funcionais, beneficiando sua empresa, fornecedores, colaboradores e comunidade. Seus clientes possuem um potencial não apenas de terem seus desejos atendidos, mas também de saírem do seu estabelecimento como propagadores de uma atitude positiva em relação ao mundo que os cerca.

Para que seu negócio seja um agente cada vez mais ativo dessa ideia, o empreendedor deve decidir por onde começar. O primeiro passo nesse caminho para o sucesso com responsabilidade é o mais importante de todos e se desdobra em muitas perguntas que você deve fazer a si mesmo. Que tal começar com as mais simples, cujas respostas você pode encontrar neste guia?

Essa lista de perguntas foi criada para você saber em que pé está com a sustentabilidade no seu estabelecimento. É um diagnóstico simples que pode ajudá-lo a pensar por onde começar ou, se você já tem um negócio sustentável, enxergar onde melhorar.

marque +1 [PONTO POSITIVO]
para cada SIM
ao responder o questionário.
DEPOIS FAÇA A SOMA E CONFIRA
SUA PONTUAÇÃO AO FINAL

Você analisa o impacto ambiental dos produtos que comercializa?

☐ SIM ☐ NÃO

Seu estabelecimento recicla os resíduos recicláveis e destina adequadamente o que não pode ser reciclado?

☐ SIM ☐ NÃO

Existe a preferência pela compra de produtos ecologicamente corretos (produtos orgânicos ou biodegradáveis)?

☐ SIM ☐ NÃO

Seu estabelecimento monitora o consumo de água?

☐ SIM ☐ NÃO

Seu negócio possui equipamentos e/ou sistemas economizadores de água?

☐ SIM ☐ NÃO

Seu empreendimento conhece e monitora a utilização adequada de equipamentos de exposição e refrigeração?

☐ SIM ☐ NÃO

Seu estabelecimento já possui ou pensa em trocar seus equipamentos e/ou sistemas por outros mais eficientes em termos de energia, como solar ou eólica?

☐ SIM ☐ NÃO

O estabelecimento tem condições apropriadas de iluminação, ventilação, temperatura e infraestrutura [áreas, equipamentos e instalações]?

☐ SIM ☐ NÃO

Você controla o consumo de energia elétrica?

☐ SIM ☐ NÃO

Sua loja possui canais de diálogo com os funcionários, clientes e a sociedade em geral?

☐ SIM ☐ NÃO

Seu negócio disponibiliza programas de conscientização ambiental para os funcionários?

☐ SIM ☐ NÃO

Os funcionários participam de treinamentos específicos para suas funções?

☐ SIM ☐ NÃO

Sua loja desenvolve ações de marketing sustentável ou ações em datas comemorativas?

☐ SIM ☐ NÃO

Você conhece e segue a legislação do setor?

☐ SIM ☐ NÃO

Você sabe estabelecer o preço de venda dos produtos?

☐ SIM ☐ NÃO

Você sabe como armazenar corretamente as matérias-primas e produtos de seu estoque?

☐ SIM ☐ NÃO

Você considera o impacto do consumo de seus produtos ao realizar promoções?

☐ SIM ☐ NÃO

Você considera a evolução dos padrões de consumo da sociedade brasileira na seleção de produtos ofertados?

☐ SIM ☐ NÃO

Sua loja possui ponto de entrega voluntária de materiais recicláveis?

☐ SIM ☐ NÃO

Você executa ou participa de ações de responsabilidade social, como projetos com foco em educação, inclusão, respeito aos direitos humanos, negação à corrupção e ao trabalho escravo e infantil?

☐ SIM ☐ NÃO

resultado

MENOS DE 5 PONTOS

Faça um planejamento do zero e comece a incorporar o máximo de boas práticas sustentáveis que conseguir. Será necessário investir tempo e dinheiro na criação de uma gestão voltada para a sustentabilidade

5 A 9 PONTOS

Reveja seus processos internos e intensifique a capacitação de seus funcionários para que seu comércio seja ainda mais sustentável

10 A 14 PONTOS

A sustentabilidade já é uma preocupação central do seu negócio – releia a publicação e anote quais práticas e conceitos ainda não foram incorporados à rotina do estabelecimento. Sempre há espaço para melhorias

ACIMA DE 14 PONTOS

A gestão do seu estabelecimento é um exemplo de sustentabilidade. Certifique-se de que o discurso sustentável seja sempre observado na prática e se atualize em relação às últimas inovações tecnológicas na área

O CENTRO SEBRAE DE SUSTENTABILIDADE PREPAROU O INFOGRÁFICO AO LADO COMO UM GUIA DE REFERÊNCIA RÁPIDA SOBRE BOAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS PARA O DIA A DIA DO SEU NEGÓCIO



goo.gl/HwPN2H

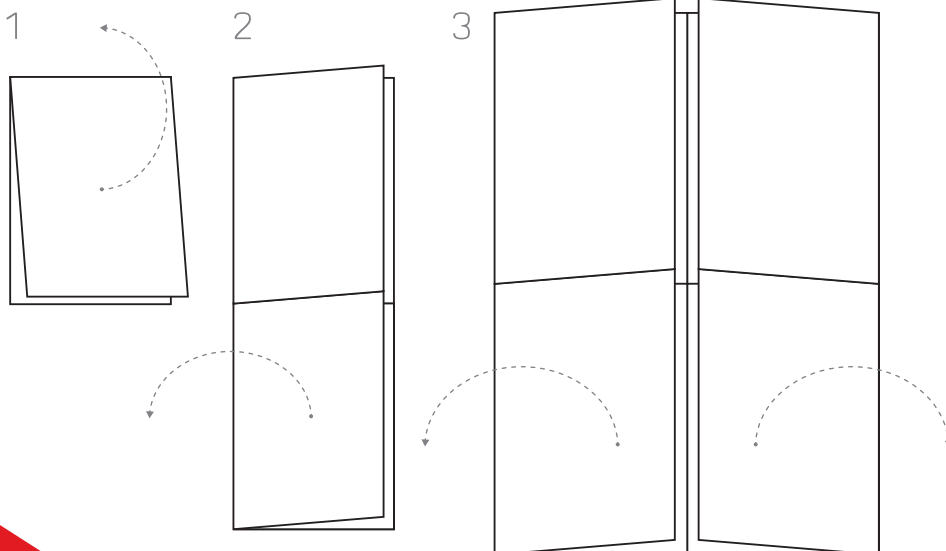
Se preferir,
baixe o
infográfico
para o seu
computador
ou celular



goo.gl/yijqKT

Veja outros
infográficos
relacionados a
sustentabilidade
nos pequenos
negócios no site
do Sebrae

abra como indicado abaixo





cole aqui

O **Centro Sebrae de Sustentabilidade** atua com a geração e disseminação de conhecimentos de sustentabilidade empresarial. Desde 2010, vem construindo um banco de conteúdo especializado e acessível aos diversos setores da economia nacional. Seu objetivo é levar informação aos pequenos negócios, ressaltando as vantagens de ser sustentável. Por meio de vídeos, cartilhas, infográficos e outros materiais, apresenta técnicas inovadoras e práticas sustentáveis para os pequenos negócios serem mais rentáveis, minimizando os danos ao meio ambiente e fortalecendo o desenvolvimento social.



SÉRIE SUSTENTABILIDADE NOS PEQUENOS NEGÓCIOS



goo.gl/V4F6Ws

TODAS AS PUBLICAÇÕES
SÃO GRATUITAS E
ESTÃO DISPONÍVEIS
PARA DOWNLOAD



**Centro Sebrae de
Sustentabilidade**

sustentabilidade.sebrae.com.br