



PLANO DE SUSTENTABILIDADE - MR TINTAS

Rafael Rodrigues BENICASA

RESUMO: Em síntese, é possível descrever que para alcançar um objetivo, conseguimos encontrar alternativas simples e viáveis para sanar problemas que possuem grande impacto no mundo, ou seja, conseguimos identificar meios que proporcionam retorno para ambos os lados, sendo para o meio-ambiente e para o comerciante, pelo estímulo de produzir o bem a partir de um investimento plausível.

Palavras-chave: Inovação. Alternativa. Meio-ambiente. Solução. Retorno.

1 INTRODUÇÃO

Em virtude do desenvolvimento humano, a população tende a conduzir uma produção acelerada de produtos que são direta ou indiretamente prejudiciais ao meio ambiente, e isso se dá pela necessidade do mercado de suprir a necessidade do cliente, porém, se torna cada vez mais fácil tornar-se uma empresa sustentável. Buscamos encontrar meios de desenvolver um lado ecológico junto as empresas de tintas, conseguindo gerar alternativas que agregam para a comunidade, produzindo assim uma menor quantidade de produtos tóxicos, e reaproveitando itens de maneira coerente.

Dados cadastrais

Razão Social: YARALIAN & MURAYAMA LTDA

CNPJ: 08.024.864/0001-55

CNAE principal: 47.41-5-00

CNAE secundário: 00.00-0-00 (não informado)

Logradouro: AVENIDA BRASIL

Número: 2298

CEP: 19.013-001

Bairro: JARDIM BELA DARIA
Complemento: -
E-mail: mrtintaspp@hotmail.com
Telefone: (18) 3221-4230
Cidade: Presidente Prudente/SP

2. Descrição da empresa

Atua no setor de Comércio;

Uma Empresa de Pequeno Porte

Funcionando de Segunda-feira a Sexta-feira 08h00 às 18h00 e Sábado das 08h00 ao 12h00;

12 (doze) meses trabalhados no ano;

24 (vinte e quatro) dias trabalhados no mês;

5 (cinco) funcionários;

Uma empresa do Comércio varejista de tintas e materiais para pintura em geral.

CETESB: Após averiguação o ramo de atividade da empresa não se enquadra dentro do anexo 5º do Regulamento da Lei nº 997/76 aprovado pelo Decreto Estadual nº 8.468 e alterado pelo Decreto 47.397/02, com isso a empresa se torna não passível de licenciamento pela Cetesb, é possível emitir uma Declaração de Atividade Isenta de Licenciamento (Dail), sem custo de forma automática através do Portal de Licenciamento Ambiental – PLA.

A empresa em questão nesse trabalho não possui o Dail, foi recomendado que a mesma solicitasse.

3. Missão, visão e valores

Missão

- Alcançar a maior rentabilidade e durabilidade no setor;
- Fornecer a melhor opção em produtos para pintura;
- Tornar-se referência na qualidade de atendimento;
- Ser reconhecida pela sua forte fidelização aos parceiros comerciais.

Visão

- Liderar o mercado varejista especializado de tintas e materiais para pintura.

Valores

- Atuar sempre de acordo com legislação vigente;
- Valorizar o funcionário como peça fundamental na obtenção dos resultados;
- Desenvolver o espírito de trabalho em equipe;
- Buscar sempre a inovação através de soluções criativas para o melhor produto e serviço oferecido aos nossos clientes e colaboradores;
- Atuar com transparência ética e respeito.

4. Análise de mercado

4.1. Estudo dos clientes

4.1.2. Características gerais do cliente

Observando a cartela de clientes, constatamos que a empresa possui tanto clientes em pessoas físicas como pessoas jurídicas, aos que passaram no estabelecimento se tratando de pessoas físicas num período de 1 (um) ano, inferimos que podemos defini-los como (em sua maioria) homens, dentro da faixa dos 25 aos 60 anos, de famílias consideradas pequenas (por volta de 2 filhos), de ramos diversos de atuação profissional, com faixas salariais acima de 3 (três) salários mínimos (valor de referência 2019), possuindo o ensino médio completo e residindo em Presidente Prudente e região.

Já pessoas jurídicas, são empresas no ramo da construção civil de pequeno porte, do ramo imobiliário, escritórios de arquitetura, que possuem de 2 a 10 funcionários, assim como microempreendedores e autônomos, que prestam serviço

de pintura. Ambos estando no mercado há mais de 3 anos, não possuindo filiais em outras regiões, de modo geral, a maioria possuem uma boa imagem de mercado e uma capacidade de pagamento no limite fixado.

4.1.3. Interesse de compra e comportamento dos clientes

A frequência de compra dos clientes se estabelece em longo prazo, visto que o produto possui uma vida útil mais longa e necessidade não surge de imediato, em média pessoas jurídicas compram em maior quantidade, visto que a finalidade é o uso profissional; pessoas físicas costumam comprar de 2 a 4 latas em média, pagando cerca de R\$200,00 por lata. Há também o fluxo na venda de produtos complementares, como ferramentas para pintura, rolos, pincéis, fitas, corantes, spray de pintura, pistola de pintura, entre outros. O marcante do negócio, que desperta a necessidade são os cafés da manhã, o ambiente jovem, moderno e o atendimento.

5. Benchmarking competitivo

Analisando e realizando o benchmarking referente as práticas de sustentabilidade dos concorrentes numa amplitude local (Chuveirão das Tintas, São Geraldo Tintas e Wagner Tintas), aferimos que tais práticas não são comuns nesse ramo, observamos que as empresas não trabalham com tais propostas, assim como a própria empresa em estudo, a qual não possui nenhum processo voltado a preservação ambiental, buscando definir um plano de sustentabilidade, visamos propor para a empresa oferecer em seu processo de venda um método sustentável conscientizando e atraindo seus clientes com o diferencial da sustentabilidade.

Como?

- Incluir o benefício sustentável no ato de devolver a lata de tinta após o uso;
- Oferecer em sua venda um desconto ao cliente que aderir a devolução dos materiais recicláveis em um ponto de recolhimento da própria empresa.

Ponto de Recolhimento:

- Um espaço estruturado na empresa para o cliente se deslocar até a loja com os recicláveis;

- Funcionários da organização irão até os clientes buscar as latas, desde que seja uma quantidade considerável ou na entrega (reposição) da tinta ao cliente quando a mesma se torna escassa em sua prestação de serviço.

Benefício:

- Após o recolhimento dos resíduos, vender para os sucateiros ou empresas/empreendedores de decorações;
- Fidelizar seu cliente com o diferencial sustentável apresentado, transmitindo também maior comodidade indo até o cliente buscar e entregar os materiais disponíveis com rapidez e organização, finalizando com o desconto em um determinado produto, para aquele que aderir ao projeto sustentável.

Em vista das características analisadas das empresas e sabendo que a indústria da tinta vem se adequando aos poucos nos últimos anos em relação às práticas sustentáveis, “Atrasada, indústria de tintas busca se aliar a sustentabilidade” (OLIVEIRA, 2015), entendemos que a proposta apresentada poderá proporcionar melhor competitividade com redes maiores e consolidadas no mercado, como também atrairá consumidores através dos benefícios apresentados.

6. ESTUDO DE FORNECEDORES

Produto/serviço	Nome do fornecedor	Diferenciais de sustentabilidade
Sucateiro	Euro Sucata	Faz o processo de coleta de latas de tintas
Artesãos	Diversos (ex: Festejando com Grasy)	Utilizam a lata de tinta para criar uma nova funcionalidade.
Decoradores	Diversos (ex: Darlene Bertolini, designer de interiores).	Fazem da lata de tinta um objeto de decoração tanto para ambientes internos quanto externos.
Descarte regular	ATT Cooperativa Reciclagem de Entulho	Solucionam o descarte irregular de resíduos da construção civil.

Matéria prima	Suvinil	Controlam o critério de emissão de compostos orgânicos voláteis ao meio ambiente e possuem um aplicativo onde é possível testar a tinta antes de usar, realizando um upload de uma foto da casa tendo a possibilidade de colorir a parede, com mais de 1.500 cores.
Matéria prima	Coral	Participam de uma companhia global, chamada akzoNobel, que busca utilizar menos recursos nas matérias primas e proporcionar maior ciclo de vida de seus produtos.
Matéria prima	Lukscolor	Possui “verde escola”, atuando na responsabilidade social; possui o selo verde desde 2008, que caracteriza seus produtos a base d’água, que contribui na preservação do meio ambiente.
Matéria prima	Futura	Possui um programa “coatings care”, que atende as demandas de sustentabilidade, oferecendo um conjunto de procedimentos e soluções para administrar seus produtos.

7. ANÁLISE FINANCEIRA DE ATIVIDADES PROPOSTAS

Ação proposta	Materiais/recursos necessários	Investimento/Venda	Resultados
Espaço de recolhimento	Gabinete para recolhimento	Espaço para o recolhimento	Perda de R\$ 139,00

Desconto para clientes que aderirem	5% de desconto a cada 4 latas compradas	- 5% da receita das tintas/4latas	Ganho de 50 latas vendidas advindas do desconto
Latas para sucata, artesãos e decoradores.	As latas vazias	R\$ 2,50/lata	Ganho de 2,50 por lata
Latas para COOPEREN (reciclagem de resíduos da construção civil...).	As latas vazias/veículo para o transporte das latas	Combustível para o transporte	Gasto em média um tanque completo (48L) no mês -2,85 Álcool = 136,80

8. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Encerrando o estudo realizado na empresa, firmamos que as propostas levantadas podem resultar em pontos altamente positivos para a empresa, visto que, não são propostas caras de serem viabilizadas e trazem consigo um apreço do ponto de vista dos clientes bem como dos fornecedores, já que estarão trabalhando com uma empresa que age de modo sustentável, não se preocupando somente com o presente, mas sim com o futuro, possibilitando que toda a cadeia de produção da MR Tintas possa atuar da melhor maneira possível.

Recomendamos que a empresa utilize de tais práticas ou busque novas formas de se adequar, visto que, em uma pesquisa da ISEAL Alliance (2017) demonstrou que empresas que conquistaram certificados de sustentabilidade melhoraram seu acesso ao mercado, aumentaram seus lucros, reputação, reduziram custos e o risco para fabricantes e varejistas.

9. ANEXOS

Venda mensal média da lata	400	Venda mensal média c/desconto	450
Preço médio da lata de tinta	R\$200,00	Preço médio da lata de tinta c/desc.	R\$190,00
Receita média mensal	R\$80.000,00	Receita média mensal c/desc.	R\$85.500,00
		Receita + ganhos 1º mês	R\$85.974,20
		Receita + ganhos 2º mês adiante	R\$86.113,20
12 MESES	Resultados (+)	Resultados (-)	(=)
nov/19	R\$750,00	R\$275,80	R\$474,20
dez/19	R\$750,00	R\$136,80	R\$613,20
jan/20	R\$750,00	R\$136,80	R\$613,20
fev/20	R\$750,00	R\$136,80	R\$613,20
mar/20	R\$750,00	R\$136,80	R\$613,20
abr/20	R\$750,00	R\$136,80	R\$613,20
mai/20	R\$750,00	R\$136,80	R\$613,20
jun/20	R\$750,00	R\$136,80	R\$613,20
jul/20	R\$750,00	R\$136,80	R\$613,20
ago/20	R\$750,00	R\$136,80	R\$613,20
set/20	R\$750,00	R\$136,80	R\$613,20
out/20	R\$750,00	R\$136,80	R\$613,20

OBS: Considerando que 400 latas serão devolvidas, sendo que 300 serão vendidas e 100 redirecionadas a COOPEREN; com um aumento de 50 latas vendidas decorrente dos descontos. Sem contar receitas advindas de outros produtos vendidos na loja.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JENNINGS, Steve. **The effectiveness of sustainability standards**. [S. l.]: 3keel, 2017. Disponível em: <https://www.3keel.com/iseal-standards-effectiveness/>. Acesso em: 29 out. 2019.

ATRASADA, INDÚSTRIA DE TINTAS BUSCA SE ALIAR A SUSTENTABILIDADE:

Setor enfrenta desafio de mudar hábitos dos consumidores para avançar em ações ambientais e ir além das melhorias na formulação dos produtos, hoje em grande parte à base de água. Mundo do Marketing: Priscilla Oliveira, 23 jun. 2015. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/mercado/33845/atrasada-industria-de-tintas-busca-se-aliar-a-sustentabilidade.html>. Acesso em: 30 set. 2019.

P. In: **Produtos**. , 2015. Disponível em: <http://www.recozil.com.br/produtos/latas/lata-18-170-litros/>. Acesso em: 22 out. 2019.

P. In: **Armário 2 Portas 100 % Mdf Gabinete Puxador Móveis Mariano**. [S. l.], 2019. Disponível em: https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1149629065-armario-2-portas-100-mdf-gabinete-puxador-moveis-mariano-_JM?matt_tool=26177295&matt_word&gclid=EA1aIQobChMIilv55JCc5QIVj4ORCh03mwSMEAkYFiABEgIEFPD_BwE&quantity=1. Acesso em: 22 out. 2019.

P. In: **Preços**. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.litorallimpo.com.br/precos/>. Acesso em: 22 out. 2019.

P. In: **VERDESCOLA**. [S. l.]: Luckscolor Tintas, 2019. Disponível em: <https://www.lukscolor.com.br/pagina/responsabilidade-social>. Acesso em: 1 out. 2019.

APLICATIVO Suvinil. [S. l.]: Suvinil, 2019. Disponível em: <https://www.suvinil.com.br/aplicativo-suvinil>. Acesso em: 1 out. 2019.

QUEM Somos. Tintas Coral, 2019. Disponível em: <https://www.coral.com.br/pt/sobre-nos>. Acesso em: 1 out. 2019.

PARCERIAS. Futura Tintas, 2015. Disponível em: <https://www.futuratintas.com.br/parcerias>. Acesso em: 1 out. 2019.

SERVIÇOS. COOPEREN, 2015. Disponível em: <http://www.cooperen.com.br/lista-servicos.php>. Acesso em: 30 set. 2019.

CETESB - Companhia Ambiental do Estado de São Paulo. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://cetesb.sp.gov.br>. Acesso em: 27 ago. 2019.

SUSTENTABILIDADE: mais do que uma tendência, uma ferramenta de inovação.
[S. l.]: Mercado Eletrônico, 2019. Disponível em:
https://blog.me.com.br/sustentabilidade-tendencia-inovacao/?gclid=EAlalQobChMI8e6g_t3B5QIVloaRCh2CjAAkEAAAYASAAEgLZx_D_BwE. Acesso em: 29 out. 2019.