



1º PRÊMIO NACIONAL DE BOAS PRÁTICAS SINDICAIS

NOME DA BOA PRÁTICA:

Criação de Instituto para valorização do plástico.

PERÍODO DE EXECUÇÃO:

A partir de outubro de 2016 até o presente.

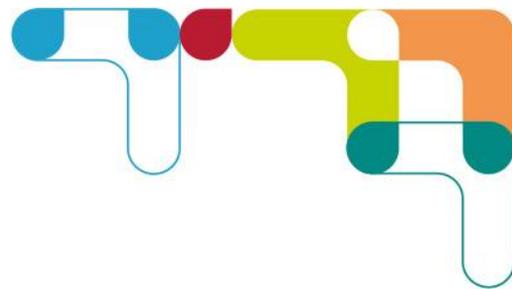
RAIO X DA BOA PRÁTICA:

Conversão em Instituto de ação inicial de fomento a coletas de tampas de plástico onde 100% dos recursos obtidos com a venda do material são destinados diretamente da conta do reciclador para as contas bancárias (pessoas jurídicas) de entidades assistenciais (empreendedorismo social) em uma ação motivadora de baixos custos, com educação socioambiental de massa. Muito boa aceitação dessa ação pela sociedade, empresas, instituições e pessoas. O Instituto (com Estatuto, CNPJ e Ata de constituição enviados através de anexos), que tem a capacidade formal para realizar convênios e acordos e para angariar patrocínios, liberará o sindicato dos custos nos quais tem incorrido com os programas e ações que agora estão sob a égide do Instituto (a relação dessas ações e programas é enviada através de anexo).

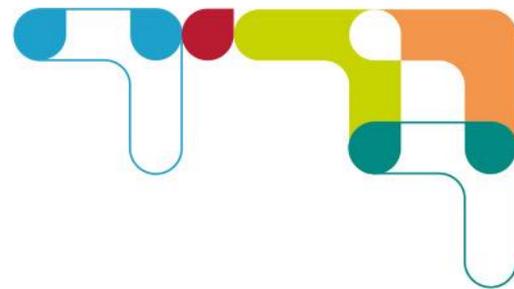
COMO SURTIU A IDEIA:

- a) O desafio principal foi e é o de elevar, perante a sociedade, a imagem do produto cujo setor industrial é representado pelo sindicato, em função de mídias que denigrem o produto e impactam nos negócios.
- b) Com o intuito de atender esta demanda, ao mesmo tempo sendo protagonista no cumprimento da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e, adicionalmente, educar e realizar ações sociais, como uma forma concreta de atingir o público alvo – a sociedade (quer seja pessoa física ou pessoa jurídica, e os jovens estudantes especialmente do ensino fundamental), com o sindicato propondo o aumento do esclarecimento (educação) e, posteriormente, através da coleta de tampas de plástico como uma ação modificadora de comportamento de massa.

Em 2009, o sindicato criou um projeto (denominação e primeira notícia apresentadas através de anexo) com um comitê que passou a atender “a” e “b”, menos quanto à PNRS,



ainda não ativada naquele ano. Foram unidas forças a iniciativas públicas e privadas, no sentido de aumentar o esclarecimento quanto ao destino adequado aos resíduos sólidos. Em evolução, mais recentemente, inspirado pelo experimento "Fun Theory" (Teoria da Diversão), o sindicato concluiu que para elevar os níveis de educação de massa em curto espaço de tempo seria preciso propor ações alegres, interativas, motivadoras e inspiradoras da população a criar meios e soluções. Foram observadas algumas campanhas pontuais de recolhimento de tampas de água e refrigerantes por parte de algumas entidades assistenciais e que estas recebiam uma baixa valorização pelo material coletado, ao vendê-lo para a reciclagem. O sindicato regulamentou através de diretrizes que entidades assistenciais (hospitais, escolas, APAES, ligas femininas, ONG's, etc.), depois de submetidas a uma avaliação cadastral, pudessem receber 100% dos recursos provenientes da venda de todos os tipos de tampas plásticas (as entidades assistenciais não são oneradas com quaisquer taxas de adesão, de inscrição e de manutenção, ou mensalidades). Os valores não transitam pelas contas do sindicato. O sindicato atua de forma a assessorar e controlar o processo. Assim, ao converter-se em uma boa mania, a coleta de tampas plásticas passou a proporcionar que o cidadão comum se questione quanto ao destino adequado do material, ao mesmo tempo em que evita o descarte inadequado; impacta positivamente a sociedade fazendo com que se aumente a solidariedade e se pratique o bem (sensibilizando quanto aos objetivos sociais das entidades) e criando a consciência socioambiental. Ao recolher tampinhas plásticas, o cidadão comum se questiona e conclui sobre o destino da embalagem respectiva daquela tampa e de outras embalagens plásticas. Nesse formato lúdico, no decorrer do processo foi observada a mudança de comportamento de massa em curto espaço de tempo, como se havia pensado conceitualmente. Observa-se que em vários espaços, tais como escolas, condomínios, shopping centers, empresas, órgãos públicos, etc., há bombonas de 5 litros de água (reuso) passaram a ser coletadas não só tampas plásticas, mas também pilhas e baterias, lâmpadas e vidros, óleo de cozinha, etc., para destinar à coleta seletiva. Vale dizer, passou a haver um processo multiplicador para outros produtos. Empresas, órgãos públicos, instituições e comércio estão engajados, estimulando seus colaboradores e clientes, de sorte a sempre lembrarem de guardar e depois depositar nos múltiplos coletores, pela conscientização de que tal coleta gera venda e diretos recursos para as entidades assistenciais inscritas, ao mesmo tempo em que este material retorna para a indústria recicladora, caracterizando o que é conhecido como Economia Circular. Todos esses grupos reconhecem que a ação é uma iniciativa do sindicato, valorizando e dando visibilidade à instituição através de suas campanhas internas e respectivas mídias sociais e espontâneas. Observa-se também que o material coletado (tampas plásticas), se não segregado, tem um baixo valor de mercado. Para que haja uma maior compreensão da importância da segregação dos resíduos para seu destino adequado, foi proposto que as entidades assistenciais cadastradas entregassem o material segregado (separado por cor) e limpo. Para executarem esta atividade, convocam as suas comunidades (famílias, alunos, funcionários, voluntários, etc.). No ato da segregação do material, as comunidades



percebem de forma tátil a diferença dos diversos tipos de plásticos e são esclarecidas quanto aos seus destinos e suas respectivas finalidades. Assim, observa-se novamente a ação modificadora de comportamento de massa. Muitas pessoas ao mesmo tempo em diversas cidades, recolhendo, separando materiais, limpando e entregando o produto do seu trabalho. Uma vez que tenham o material segregado e limpo, recebem a melhor valorização de mercado pelo material. O sindicato busca empresas apoiadoras (associadas ou não) para dar suporte financeiro ao programa desde o reciclador (que valoriza o material entregue pelas entidades assistenciais acima do mercado) até seus mantenedores, apoiadores e patrocinadores. Em 2017, o sindicato criou o Instituto de que trata material anexo, mais acima mencionado, com o objetivo de assumir as quatro grandes ações listadas em anexo também já citado e, aqui aparece o ponto a destacar nesta prática: o Instituto, destinado agora à realização das quatro grandes ações, ao lado do sindicato, mas como pessoa jurídica própria, está formalmente habilitado a buscar patrocínios, assinar convênios, habilitar-se em leis de apoio a projetos, e angariar parcerias financeiras que dêem cobertura aos dispêndios gerados pelas ações e as realize, por essa via, tais custos, expressivos, estão sendo liberado no orçamento do sindicato, gerando expressiva economia, dado à diminuição da receita, de parte das empresas filiadas, na extinta conta da Contribuição Sindical; cabe, desde logo, citar o que consta de declaração contábil em anexo, de que de 1º/01/2015 a 31/12/2017 o sindicato despendeu com o Programa a soma de R\$ 333.332,12; em 2018, ainda em transição do sindicato ao Instituto, o sindicato orçou para o Instituto R\$ 70.000,00, já tendo despendido, de 1º/01/18 até 28/02/18, a quantia de R\$ 41.051,42; a partir de 2019, o Instituto assumirá integralmente os custeios para a realização das ações, liberando o sindicato, como já dito, dos valores que tem nelas aplicado desde a sua paulatina criação em 2009. Iniciado com um dispêndio expressivo, mais significativo será a economia direta do sindicato, cumprindo com a concomitante e continuada função da melhor imagem do plástico.

Problemas e Soluções

Houve vários desafios para implantação das coletas que, descritos a seguir, demonstram em detalhes os múltiplos aspectos envolvidos e a ampla mobilização de muitos agentes e colaboradores:

1. Adesões: para o início da prática em evento específico, convidamos uma entidade assistencial (Instituto da Mama do RS - IMAMA) a participar das coletas de tampas plásticas. Na sequência, foi convidada outra entidade assistencial de Porto Alegre (Educandário São João Batista) a também fazer as coletas e, a partir de então, as mídias sociais espalharam rapidamente a iniciativa fazendo com que várias entidades procurassem o sindicato como referência. A necessidade em manter os custos baixos trouxe várias soluções e com elas a aproximação de novas empresas parceiras, dando maior visibilidade institucional e valorização ao sindicato: Os coletores foram o primeiro desafio enfrentado para as coletas: De



forma experimental, foram usadas lixeiras tubulares altas e redondas (devidamente identificadas com material gráfico) e coloridas para serem usadas como coletores de tampinhas. Concluiu-se que seria necessário fechar as lixeiras (tampar com orifício para a coleta das tampinhas) ao mesmo tempo em que deveriam ser transparentes visto que a mensagem é mais eficaz ao grande público através da percepção visual, embora se tenha materiais gráficos de orientação nos adesivos indicativos, banners e cartazes.

2. Outro desafio enfrentado para as coletas foi o custo dos coletores. Como os orçamentos efetuados inviabilizariam a ação e para atender as premissas (inovador, inteligente, de baixo custo, utilizando material plástico), foi criado um modelo de coletor em que a montagem se vale de tampas de balde, chapas de PET reciclado transparente e lacres de nylon. A montagem dos kits, contando com voluntariado, atualmente é feita por alunos das escolas SESI/ e SENAI/RS, em parceria. Para reduzir os custos dos coletores, viabilizar as coletas em locais distantes e atender o caráter educacional, atualmente utiliza-se coletores customizados (a partir de embalagens plásticas tais como bombonas de água 5, 10 e 20 litros, ou outra embalagem plástica, preferencialmente transparente com um bocal para a coleta específica das tampas). Esta alternativa atende à Reutilização, um dos "R" da sustentabilidade. A propósito, lembre-se que cós 4 R's são: Redução, Reutilização, Reciclagem e Reeducação.

3. Houve o desafio com os custos dos adesivos para colagem nos coletores customizados. Através de apoio com a Gráfica Triângulo (gráfica e empresa não associada) conseguiu-se materiais gráficos tais como imãs de geladeira, adesivos para papel e os adesivos para os coletores customizados para o "start" a custo zero. Na seqüência do processo, foi disponibilizada a arte final para que as entidades assistenciais pudessem imprimir anexando seus logotipos na arte. Assim, a identidade visual é mantida e pode-se tê-la em locais distantes sem a necessidade dos custos de impressão e de envio via postal. A visibilidade institucional é sempre presente.

4. Outros Custos: houve o desafio com custos dos adesivos automotivos para distribuição em eventos e palestras. A Sohanners (RS) apoiou com a doação do material. Houve o desafio com os custos de sacolas plásticas para as ações de limpeza da praia junto a grupos ambientais. A Zivalplast (PR) apoiou com doação do material.

5. Apoios: a Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais é parceira estratégica, cedendo espaço para depósito das tampinhas. Esta prática conta com o apoio institucional do Instituto Plastivida, da Abiplast e Asipla (entidade do plástico do Chile). A execução da prática conta com o apoio financeiro de parcerias instituídas como Mantenedores: Abief, Activas, América Tampas, Erplast, FFS Filmes, Plasticor, Polo Films, sindicatos co-irmãos do RS, Sol Nordeste, Syrus, Xalingo, Zandei. Escolas do SESI/RS e do SENAI RS dão apoio operacional com a montagem dos kits de coletores padrão A prática conta ainda com outros apoios: Gráfica Triângulo (Capão da Canoa RS) e Sohanners (São Leopoldo-RS) – apoio gráfico; Zivalplast – apoio com materiais (sacolas plásticas); Ambientuus e PRJ Plásticos – apoio logístico.



COMO FAZER ACONTECER:

Etapas de implantação em ordem de prioridade:

1. Identificação do reciclador com melhor valorização de mercado para o material na região;
2. Cadastramento de entidades assistenciais (convites, análise de cadastro, apresentação das diretrizes);
3. Captação de recursos (apoiadores, mantenedores, patrocinadores, ...)
4. Recepção e entrega do material ao reciclador
5. Controle do processo (através de contatos via telefonemas, e-mails, Whatsapp, mídias sociais, bem como através do Sistema de Gerenciamento de Dados vinculado ao site desenvolvido especificamente para esta finalidade).

As soluções para estas situações se tornaram em fator estimulador da criatividade. Ao inserir o terceiro setor, foi sensibilizada a sociedade que se identifica com as suas variadas causas, e passa a valorizar o material, com a sua segregação. e a logística é atribuída às entidades assistenciais. Custos mais incorridos: coletor padrão, visitas a entidades e empresas apoiadoras, materiais gráficos (adesivos, cartazes, banners,...), site com Sistema Gerenciador de Dados. Investimento financeiro está apresentado na declaração contábil em anexo. Investimento humano: conta-se com uma coordenação executiva, uma pessoa terceirizada (MEI), para o desenvolvimento de todo o processo fora das instalações do sindicato, mobilizando voluntários remunerados e não remunerados para as mais diversas atividades (recebimento de tampinhas em depósito, palestras, eventos, mídias sociais, fotografias, etc.).

PRINCIPAIS RESULTADOS:

Resultados quantitativos e qualitativos proporcionados pela prática para o sindicato:

1. A ação mais intensa iniciou em outubro de 2016 com visibilidade institucional imediata em mídias espontâneas de projeção e relevância e segue até os dias atuais.
2. Por todas as razões expostas anteriormente (histórico de sucesso), a ação evoluiu para este destacado programa socioambiental de caráter educacional, beneficiando a indústria representada pelo sindicato.
3. As Agendas dos anos de 2016 e 2017 são apresentadas em anexo.
4. A mídia espontânea e a visibilidade institucional estão sintetizadas em informação anexa.



5. Com o intuito de agir em âmbito nacional e ações já iniciadas em outros Estados (especificamente SC, SP e ES), pelos respectivos sindicatos do mesmo setor industrial. Com isso, eleva-se e evidencia-se a imagem do sindicato e das empresas representadas, perante a sociedade.
6. Os recursos obtidos pelas 44 entidades assistenciais (empreendedorismo social) de 21 cidades estão resumidos em anexo: 57.682,35 kg (57,68 toneladas) de material para a indústria de reciclagem caracterizando o que é conhecido como Economia Circular, gerando receitas diretas a tais entidades na ordem de R\$ 112.112,76.
7. Criação do programa socioambiental disponibilizado a todas as empresas representadas em menos de um ano após o início da prática.
8. Criação do Instituto em um ano após o início da prática.
9. Site com sistema gerenciador de dados.
10. Mídias sociais (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, etc.).
11. Todos estes resultados geraram inúmeras mídias espontâneas, gratuitas, referenciadas em anexo e nas evidências: de 2016 até 2018, R\$ 1.182.101,16, com 134 inserções.

A prática, enfim, introduz um projeto inovador e relevante ao setor industrial representado pelo sindicato, tornando-se um programa sócio ambiental possível de ser replicado por outros sindicatos independente de seus portes. Já o é pelos co-irmãos do RS e nos Estados já mencionados. Esta prática promove a atenção quanto à preservação do meio ambiente. Percebe-se o crescimento das adesões e a fidelização dos agentes envolvidos. Com o Instituto, e aí o grande destaque, o programa poderá ser mais e mais intensificado, mais e mais divulgado junto a outros sindicatos, mais e mais envolvendo pessoas e instituições e – ao mesmo passo, aliviando integralmente o sindicato dos recursos que ainda tem destinado ao programa com seus próprios recursos orçamentários, já que a nova instituição, gerida por empresários vinculados ao próprio sindicato, auferirá receitas próprias através de parcerias, patrocínios, acesso a leis de incentivos, etc., como já mencionado.