

Educar para TRANSFORMAR

Empresas supermercadistas investem em projetos culturais e educacionais que são exemplo de inclusão de cidadãos e colaboram para uma sociedade mais justa

POR MIRIAM NOVAES

Falar de sustentabilidade é pensar no futuro, mas exige ações no presente. Isso significa ter responsabilidade social, e mesmo antes de esse comportamento se tornar uma exigência para o desenvolvimento das empresas, o setor supermercadista dava exemplos de que é possível contribuir para uma sociedade mais justa sendo economicamente viável e ecologicamente correto ao mesmo tempo. Redes como Tiradentes, Meira, Pão de Açúcar e Carrefour continuam fazendo jus ao título

PARA SER UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

- Todos os colaboradores devem estar engajados nos projetos
- Criatividade e boa vontade são os principais requisitos
- Parceria com instituições é uma excelente forma de atuar
- É necessário conhecer as necessidades das comunidades em que se insere
- Iniciativas devem ter esforço de manutenção permanente

de socialmente responsáveis, através de iniciativas exemplares nas áreas educacional e cultural, assim como fornecedores e instituições presentes no dia-a-dia do varejo.

Na Rede Tiradentes de Supermercados, que possui quatro lojas e um centro de distribuição na região de Araras, interior de São Paulo, um concurso cultural agita escolas públicas e privadas e seus colaboradores desde 2002, homenageando pessoas de destaque da cultura local. Carlos Eduardo Prado, gerente de Recursos Humanos e Patrimônio da rede, conta que neste ano o homenageado é o maestro Ednelson da Silva, criador da Orquestra Pé-de-Moleque, formada por jovens carentes. O projeto recebe o patrocínio da Rede Tiradentes desde o seu início, há 10 anos.

O concurso terá duas premiações. O vencedor na categoria “Coral Iniciante” ganhará o patrocínio da rede para receber aulas de um professor de música até o final do ano na própria escola. Já os vencedores da “Coral Já Existente”, categoria que não precisa ser de uma escola nem tem limite de idade, serão premiados com uniformes e uma viagem cultural para São Paulo, além de transporte e alimentação para suas apresentações.

Prado sugere, a quem pretende implantar projetos de inclusão social, que todas as ações sejam comunicadas primeiro aos

colaboradores, para que se engajem e participem. “Depois promovemos um café-da-manhã com as escolas, para divulgar o concurso daquele ano”, ressalta.

Uma creche-escola é a contribuição da Rede Meira de Supermercados, com seis lojas em Ilhéus e uma em Itabuna, à inclusão social na região cacauzeira da Bahia. A Associação Educacional Meira foi fundada em junho de 2001, atendendo inicialmente 68 crianças de 1 a 8 anos, em horário integral.

Segundo Valdeana Meira, sócia da empresa e idealizadora do projeto, a creche-escola, mantida exclusivamente pela Rede Meira de Supermercados, tem atualmente 450 alunos matriculados: são oriundos da comunidade local, filhos de funcionários e crianças encaminhadas por associações assistenciais do poder público. Lá são oferecidos os cursos de Educação Infantil e Fundamental Ciclo I.

O Instituto Pão de Açúcar de Desenvolvimento Humano é o responsável pelo investimento em educação e inclusão social adotado pela rede varejista, que



Rede Meira tem creche-



FOTOS: ARQUIVO

um programa para seus colaboradores que, pelos excelentes resultados obtidos, cresceu e passou a abranger clientes e fornecedores. Desde 2005 está em andamento o Programa Educar, em parceria com o Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE), com ensino de nível fundamental ao médio. Segundo Karina Chaves, gerente de Responsabilidade Social do Carrefour, no ano passado 128 adultos concluíram o curso em sete lojas. Karina explica que a parceria é importante porque o CIEE monitora os estagiários que ministram as aulas. A formação vai da alfabetização até o ensino médio.

Para atender às necessidades das comunidades no entorno das lojas que inaugura, o Carrefour também implanta salas de aula para alfabetização em parceria com a ONG Alfabetização Solidária (Alfasol). Em 2007 foram atendidos 350 alunos. “Recentemente, adotamos o município de Cabedelo, na Paraíba, e a Alfasol é a responsável pela formação dos alunos”, esclarece Karina.

A Química Amparo, fabricante da marca Ypê, uma das principais marcas do mercado de higiene e limpeza do País, conta com um departamento social através do qual apóia diversas instituições. Entre elas está o Núcleo Educacional do Serviço Espírita de Proteção à Infância (Sepi), que atende 520 crianças e adolescentes na cidade de Amparo (SP). Segundo João Augusto S. Geraldini, coordenador de Marketing da Ypê, o objetivo da atuação na área social é a promoção do ser humano em sentido amplo, tanto no aspecto socio-cultural como no educacional. “O maior benefício nessas ações deve ser o desenvolvimento do ser humano como cidadão íntegro, bem-sucedido em sua vida pessoal e profissional. Este desenvolvimento tem reflexos na sociedade de uma forma geral, de profissionais mais qualificados ao aumento do consumo”, afirma.



escola na região cacauceira da Bahia

tem hoje 549 lojas em 14 estados brasileiros. Entre os programas educacionais que desenvolve se destaca o incentivo à prática da música. Paulo Pompilio, diretor de Relações Corporativas e Responsabilidade Socioambiental, ressalta o trabalho da Orquestra Pão de Açúcar, formada

por meninos de 10 a 18 anos, que nunca tiveram oportunidade de tocar um instrumento. Criada há oito anos, já atendeu a mais de 4 mil jovens, com origem em São Paulo, Osasco, Santos e, mais recentemente, Rio de Janeiro, Brasília e Fortaleza.

A Orquestra viaja pelo Brasil e também já se apresentou no exterior. “É motivo de orgulho no Grupo e isso pode ser sentido nas apresentações internas. No Natal, os garotos passearam pelas lojas tocando músicas natalinas e emocionaram a todos”, conta Pompilio.

Para ele, é cada vez mais importante a inserção do varejista em sua comunidade. “É o esforço privado que ajuda a mudar o País. É gratificante esse trabalho de transformação e todos devem fazer alguma coisa que esteja ao seu alcance, mas que seja uma vontade de toda a empresa”, aconselha.

ALFABETIZAÇÃO - No âmbito do investimento social, a alfabetização recebe atenção especial na Rede Carrefour desde 2002. Nesse ano, em parceria com organizações sociais, iniciou

A Bellcamp e a Trend Operadora proporcionarão a você congressista as melhores opções de hospedagem, transporte e serviços para a **APAS 2008**



Juntas na realização.

Bellcamp Viagens e Turismo Ltda
Rua Dr. Guilherme da Silva, 75 - Campinas-SP
Telefone: 19 3235 3333 - 3233 1301 - 3236 8522
bellcampotur@uol.com.br - www.bellcampiturismo.com.br



A alfabetização recebe atenção especial na Rede Carrefour

ISMAR / CARREFOUR

REFORÇO ESCOLAR - Criado por uma das principais instituições bancárias do País, o Instituto Unibanco apóia e desenvolve projetos sociais em todo o País, em três áreas: educação formal, qualificação para o emprego e educação ambiental. Luciana Nicola, gerente de Responsabilidade Social do Instituto, destaca o Projeto Jovem de Futuro, que em 2007 englobou quatro escolas e 5.275 alunos com o objetivo de melhorar a qualidade do atendimento educacional no ensino médio público por meio de apoio técnico e financeiro.

A gerente aponta ainda como ação bem-sucedida o Projeto Entre Jovens, que oferece reforço escolar para alunos da 1ª série do ensino médio de escolas da rede pública. Universitários dos cursos de licenciatura e pedagogia são os tutores. Em 2007, 143 acadêmicos estiveram presentes em 20 escolas, colaborando com 2.174 alunos.

Segundo Luciana, o Instituto Unibanco entende que sustentabilidade não deve abordar apenas as questões relacionadas ao meio ambiente, por isso investe no desenvolvimento da educação dos jovens e sua inserção no mercado de trabalho. “A humanidade depende desses jovens para construir um futuro melhor e um mundo mais sustentável”, opina.

Investimento social com base na estratégia de sustentabilidade da empresa levou a Philips do Brasil, subsidiária da Royal Philips Electronics, da Holanda – um dos maiores fabricantes de equipamentos eletrônicos do mundo, que atua no País há 83 anos –, a implementar projetos como o Doe Vida e o Aprendendo com a Natureza, que visam difundir informações de que as escolas não dispõem.

Flávia Moraes, gerente geral de Sustentabilidade para a América Latina da Philips, explica que o Doe Vida é levado

por funcionários voluntários às escolas da rede pública para conscientizar adolescentes de 13 a 18 anos sobre prevenção de doenças sexualmente transmissíveis (DST) e gravidez não planejada na adolescência. Já o Aprendendo com a Natureza ensina crianças de 7 a 10 anos de escolas públicas sobre comportamento ecologicamente correto, com foco em eficiência energética. Para Flávia, o maior retorno que uma empresa pode ter com essas ações é uma reputação sólida, por sua contribuição para a sociedade. ▽

FONTES DESTA MATÉRIA

Grupo Pão de Açúcar: (11) 3886-0926

Philips: (11) 2125-0244

Rede Carrefour: (11) 5180-4616

Rede Meira: (73) 2101-8920

Rede Tiradentes: (19) 3543-3100

Unibanco: (11) 3584-4181

Ypê: (19) 3808-8212

revista@supervarejo.com.br