

PIONEIRISMO COM A LOJA VERDE

No ano em que comemora seus 60 anos, o Grupo Pão de Açúcar continua inovando e lançando tendências no mercado nacional. A empresa, dentro da sua política de sustentabilidade empresarial e com vistas a estimular práticas de consumo consciente, inaugurou o seu primeiro supermercado verde da América Latina no dia 7 de junho de 2008, na cidade de Indaiatuba, no estado de São Paulo.

Reconhecido pelo seu pioneirismo na área de responsabilidade socioambiental, com o lançamento da sua primeira loja verde, o Pão de Açúcar conseguiu reunir, num único espaço, práticas já realizadas pela rede e incluir uma série de inovações no que tange a cadeia de consumo voltadas à preservação ambiental.

Os preceitos que balizaram a implantação da nova loja Pão de Açúcar são: Reduzir, Reutilizar e Reciclar e estão presentes em cada etapa da loja, do projeto à operação, configurando essa loja como um espaço educativo de promoção do conhecimento sobre causas socioambientais.

Entre as práticas e inovações implantadas destacam-se:

- Construção baseada no sistema LEED (Leadership in Energy and Environmental Design);
- Alternativas em embalagens ecológicas e redução de sacolas plásticas;
- Certificação FSC e Selo Corporativo de identificação;
- Estações de reciclagem 100% recicladas e recicláveis;

- Reciclagem de resíduos orgânicos e sólidos, pilha e bateria;
 - Ações educacionais para crianças;
 - Funcionários com conhecimento de ações socioambientais;
- » Ampla participação de produtos orgânicos e sustentáveis;
- Vagas de estacionamento para carros movidos a biocombustível e bicicletário;
 - Maior oferta de produtos orgânicos;
 - Utilização de energia proveniente de fontes renováveis;

Com essas ações a empresa consegue envolver todos os públicos impactados pelo seu negócio, incluindo desde os fornecedores de produtos e prestadores de serviços, passando pelos colaboradores, e chegando aos consumidores e comunidade.

RELEVÂNCIA E VIABILIDADE

A Loja Verde reforça o pioneirismo e as políticas do Grupo Pão de Açúcar na área de responsabilidade socioambiental. A companhia, que há de 30 anos investe em ações voltadas para comunidade e preservação do meio ambiente, tem na loja verde um ícone do seu "pioneirismo" e engajamento nas questões de sustentabilidade inerentes ao seu negócio.

Para abertura dessa loja foram investidos R\$ 7,5 milhões, valor 15% superior a um supermercado convencional, aplicados em recursos que minimizam o impacto do negócio no meio ambiente e promovem conhecimento acerca do assunto. A loja verde serve de um excelente aprendizado sobre as medidas que podem permitir ganhos expressivos na área financeira, econômica e social.

Desde a concepção do projeto, a loja verde atendeu às orientações da certificação LEED que prevê a certificação com o selo Green Building. A construção teve início em janeiro e a loja foi inaugurada no dia 5 de junho de 2008. Há três meses em operação, o espaço, além de uma construção diferenciada, reúne práticas de consumo consciente e promove por meio delas forte interação com os clientes e comunidade, disseminando também essas práticas aos fornecedores e empregados.

Para implantação da primeira Loja Verde da América Latina, a empresa realizou um estudo das melhores práticas do varejo em várias partes do mundo e sua relevância e viabilidade para os públicos envolvidos, transferindo esse conhecimento para o negócio e características locais. O resultado é um formato que permite replicação total e/ou em partes das práticas de acordo com o tamanho, formato e necessidade de outras lojas.

Entre as principais ações implantadas na Loja Verde de Indaiatuba estão: alternativas de embalagens ecológicas e de redução do uso de sacolas plásticas, certificação FSC em mobiliário e material de divulgação e criação de selo informativo sobre práticas sustentáveis. A loja também reaproveita os resíduos orgânicos e sólidos decorrentes de sua operação e oferece estação de reciclagem 100% reciclada e reciclável para depósito de resíduos sólidos, como vidro, metal, papel, plástico, óleo de cozinha, pilhas e baterias.

A Loja Verde reforça o pioneirismo e as políticas do Grupo Pão de Açúcar na área de responsabilidade socioambiental

Para atuar na formação dos consumidores do futuro, o Pão de Açúcar Indaiatuba realiza ações educacionais com alunos de escolas públicas e privadas com conceitos que envolvem toda cadeia de consumo e possíveis impactos no meio ambiente.

No atendimento e funcionamento da loja estão funcionários com histórico de engajamento em causas socioambientais e que também receberam treinamento em práticas e conceitos sobre o tema.

Nas gôndolas, os consumidores encontram ampla participação de produtos orgânicos e sustentáveis, cerca de 50% maior do que o verificado no mercado. E, no relacionamento com os fornecedores, maior controle dos impactos priorizando, quando possível, os produtores de menor efeito nocivo ao ambiente e localizados próximo à loja.

Entre as etapas projetadas para implantação da Loja Verde do Pão de Açúcar temos:

- Local - A escolha de Indaiatuba mostra coerência em toda cadeia com minimização substancial dos impactos decorrentes do negócio. A infra-estrutura existente no local já contempla diversos tipos de comércio e serviços e promovem a conectividade com a comunidade local evitando impactos urbanos. A topografia do terreno é outro ponto favorável uma vez que exigiu baixa intervenção de sistemas de ter-

raplanagem. O projeto privilegiou a vegetação nativa já existente que foi preservada e integrada à loja com inclusão de mudas típicas da região já adaptadas aquele ecossistema. A escolha por Indaiatuba também permitiu avanços no fornecimento de produtos com baixo impacto ambiental, especialmente no segmento de hortifrutí, com produtores localizados próximo à loja.

- **Implantação** - o projeto seguiu as normativas de certificação Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) e considerou todos os estudos de impacto. O resultado dos levantamentos é um empreendimento que privilegia melhor qualidade ambiental interna, eficiência energética, racionalização do uso de água, sustentabilidade de espaço e materiais, garantindo conforto, qualidade dos produtos e operação com padrão de excelência. Na construção, para evitar o transporte de resíduos para fora da loja e incidência de partículas suspensas (poeira), as rodas dos caminhões foram lavadas na saída do canteiro de obras e a água utilizada armazenada numa cisterna para reaproveitamento na própria obra. Outro sistema inovador usado na construção foi o gerenciamento de entulho, com descarte inteligente desse material, que foi segregado em caçambas, dividido por espécie com reaproveitamento na própria obra e/ou reprocessado por empresas da região. 40% de todo o material utilizado na construção são provenientes de fornecedores localizados próximo à loja o que evita fretes de longa distância. A instalação de piso intertravado, concregrama e grama, para manter a permeabilidade em 25% do terreno. O projeto também incorporou árvores de grande porte já existentes no terreno a um novo conceito de espaço de convivência criado com o propósito de oferecer, numa área externa, o consumo de serviços e produtos na própria loja. Acessibilidade e conforto para clientes e funcionários com deficiências físicas também fazem parte do escopo de atuação dessa loja.

- **Gestão de resíduos e redução de perdas** - durante a execução da obra, foram implantadas inovações que evitaram desperdício de água e transporte de sedimentos para além dos limites da construção. O descarte do material de obra contou com criteriosa separação por espécie (metal, vidro, plástico, orgânicos, papel) e destino certificado, como por exemplo, a reutilização de descartes de bloco de concreto para enchimento

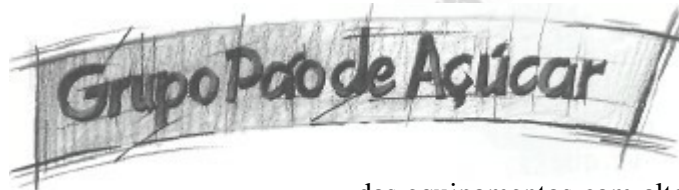
de alvenarias da própria obra ou reutilização pela prefeitura em rodovias.

- **Uso racional da água** - Para racionalização do uso da água, foram instaladas torneiras com comprovada melhoria de rendimento e vasos sanitários com possibilidade de escolha de vazão que permitem 40% de redução do volume utilizado. O sistema de ar-condicionado é especial e não utiliza água para a climatização dos ambientes. A conservação da flora local, na área externa, o plantio de vegetação nativa em 26% da área total do terreno, já acostumada com as variáveis de clima local e sua alternância de chuvas, dispensa a necessidade de irrigação, o que equivale a uma economia mensal de 100.000 litros de água. Em média com todas as medidas implementadas foi possível urna redução média de 20% no consumo de água quando comparada a uma loja com a área verde compatível à de Indaiatuba.

- **Eficiência energética** - O projeto seguiu as normativas de certificação LEED, com parâmetros mínimos de redução de consumo energético - de 14% sobre modelo - para isso foram utiliza-

dos equipamentos com alto desempenho nas linhas de refrigeração e ar condicionado. Outro diferencial desses equipamentos, mais notadamente nos de frio alimentar que não utilizam gases nocivos ao meio ambiente. Nos ambientes internos e no estacionamento a utilização de timer e sensores de presença auxiliam na economia de energia. A utilização do calor gerado pelos compressores é usado no aquecimento da água dos chuveiros e nas áreas de preparo. Na área de vendas foram instaladas clarabóias, localizadas em pontos estratégicos, racionalizando o uso de luminárias. Para compensar o calor gerado por elas, as telhas utilizadas são de alta refletância e baixa absorção de calor, e reduz a carga térmica transferida para o interior da loja. O abastecimento de energia é proveniente 100% de fontes renováveis - energia verde, resultando em uma economia média de 9,5% quando comparada ao mercado cativo.

- **Seleção de materiais** - a especificação e procedência dos materiais utilizados também foram escolhidas com critério de certificação LEED. As madeiras utilizadas nos mobiliários e detalhes do projeto são 100% certificadas pelo selo FSC Forest Stewardship Council (Conselho de Manejo Florestal). Os materiais de construção produzidos na região (até 500km da obra) tiveram preferência contribuindo com o desen-



volvimento das comunidades regionais. Para maior conforto dos usuários do supermercado, as tintas e colas são à base de água e com baixa emissão de COV (compostos orgânicos voláteis).

- Qualidade do ar - para preservar a qualidade interna do ar, foram previstos, para funcionários e clientes, áreas exclusivas para fumantes a mais de 7 metros das aberturas (portas e janelas) do supermercado. Para estimular o uso de bicicletas e veículos menos poluentes, foi criado um bicicletário e distribuídas vagas preferenciais para veículos com baixa emissão de CO₂.
- Adequação à realidade do entorno
- O entorno do acesso principal ao supermercado é compreendida em sua maioria por comércio e serviços, e por essa razão a loja conta com amplo estacionamento com acessos a docas independente do acesso dos veículos, para auxiliar a não comprometer o tráfego na rua. A iluminação externa não agride o entorno, mantendo o mesmo nível de luminosidade da rua.

RESULTADOS ALCANÇADOS

O primeiro supermercado verde já é realidade. Seu processo de elaboração durou seis meses e cada fase foi elaborada de maneira que o causasse o menor impacto possível ao meio ambiente e, mais do que isso, promovesse benefícios que fossem sustentáveis no longo prazo.

- Energia: Consumo de energia proveniente de fonte alternativa - PCH (pequena central hidrelétrica), resultando em uma economia média de 9,5% quando comparada ao mercado cativo;
- Água: redução média de 20% no consumo de água quando comparada a uma loja com a área verde compatível a de Indaiatuba;
- Cem por cento da energia utilizada na loja provêm de fontes renováveis, o que representa uma redução de CO₂ de 34.000 ton/ano, o equivalente a mais de 190 mil árvores reflorestadas (580 mil m² - a cidade de Indaiatuba tem 310,564km²);
- Moderno sistema de ar-condicionado que permite redução de 10% no consumo de energia, equivalente a 120.000kW/ano;
- Aquecimento da água realizado via calor excedente da

Casa de A-laquinas - só nos banheiros (chuveiros), essa medida gera uma economia mensal de 48.000 kW/h;

- Torneiras e válvulas inteligentes diminuem em 40% o consumo de água. Em um ano, redução é de 2.520 m³;

O principal objetivo da loja verde é disseminar e multiplicar a importância do consumo consciente para clientes, funcionários, fornecedores e toda a sociedade

- Reflorestamento do terreno e manutenção de espécies nativas
- economia de 1.200 m³ de água/mês; 25% do terreno c permeável, confeccionado em concregrama;
- Resíduo gerado pela loja, incluindo material orgânico, reaproveitado, em média 20 toneladas/mês;
- Sacolas retornáveis (*ecobags*) em dez versões - cada uma com capacidade de transportar equivalente a 4 embalagens plásticas tradicionais - a empresa já registra a marca de 180.000 sacolas retornáveis comercializadas em 3 anos;
- Reciclagem pós-consumo - Estação de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever, a loja arrecada a média

de 2,5 toneladas mês;

- Mais de 1000 crianças já passaram pelo Programa educacional.
- Hoje mais sessenta mil pessoas já realizaram compras na unidade e tiveram contato com os conceitos de sustentabilidade preconizados pela prática.
- Seção de orgânicos 50% superior ao verificado no segmento supermercadista.

ENVOLVIMENTO COM OS PÚBLICOS DE INTERESSE

Com os preceitos Reduzir, Reutilizar e Reciclar, o principal objetivo da loja verde é disseminar e multiplicar a importância do consumo consciente para clientes, funcionários, fornecedores e toda sociedade. Para realizar esta tarefa, toda a cadeia de suprimentos foi envolvida desde o cuidado com o produtor até o descarte do lixo.

Recursos humanos do empreendimento

Acapacitação e envolvimento dos profissionais que atuaram nessa loja estão contemplados desde a contratação da mão-de-obra da construção civil até os colaboradores que atuam na operação da loja. No caso dos operários, foram realizados treinamentos e palestras para conscientização e sensibilização sobre o tema. No atendimento ao público, 110 colabora-

dores compõem o quadro de profissionais do primeiro supermercado verde do Brasil. Já no processo de seleção, a empresa priorizou candidatos com histórico de engajamento em ações socioambientais e/ou voluntariado que, uma vez contratados, receberam treinamentos que privilegiam conceitos de sustentabilidade, incluindo as inovações implantadas na loja verde e conhecimentos gerais sobre o tema.

Benefícios e relacionamento entre vizinhança e sociedade

Produtores de hortifruti da região de Indaiatuba abastecem diariamente a loja. O supermercado, modelo de sustentabilidade, proporciona aos moradores da cidade alternativas simples e cotidianas que permitem reduzir o impacto do negócio e das relações de consumo. Considerando o caráter de lazer e veraneio que caracterizam a cidade de Indaiatuba, o raio de ação do projeto é ampliado para o público flutuante que frequenta a cidade nos finais de semana, feriados e temporadas.

Programa Pequeno Cidadão

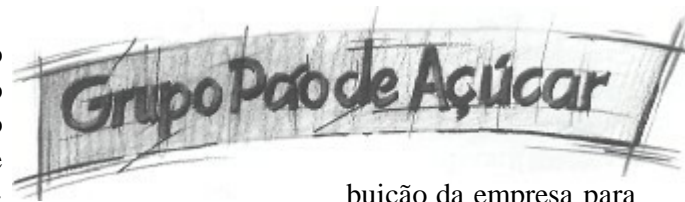
Todas as quartas-feiras, alunos de escolas públicas e privadas de todo Brasil visitam o novo Pão de Açúcar Indaiatuba para conhecer a loja modelo em sustentabilidade e receber informações sobre consumo consciente, operação sustentável e sistemas de reciclagem. O objetivo é conscientizar os pequenos cidadãos da importância de pequenas atitudes para a preservação do meio ambiente.

Visitação à loja

Devido aos diferenciais do supermercado verde e número de matérias espontâneas geradas na mídia, semanalmente grupos de universidades, organizações, instituições solicitam visitas ao espaço. O agendamento é feito pela equipe da loja, que recebe os grupos para a visita guiada. Desde a abertura em junho mais de 500 pessoas já participaram das visitas.

CONTRIBUIÇÃO PARA O DESEMPENHO DA EMPRESA

Em todas as suas unidades de negócio, o Grupo Pão de Açúcar trabalha para garantir aos diferentes perfis de clientes a melhor experiência de compra,



não só pela qualidade dos produtos e de serviços oferecidos, mas também pela contribuição da empresa para a construção de uma sociedade mais justa e sustentável.

Com uma política estruturada de responsabilidade socioambiental, a companhia tem como objetivo atuar em três grandes causas: bem-estar, desenvolvimento comunitário e sustentabilidade. Todas essas frentes têm programas desenvolvidos por meio de ações relacionadas ao negócio, como o programa Caras do Brasil, Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever, Sacolas Retornáveis, campanhas de Arrecadação (agasalhos, livros), entre outros.

Dentro desse contexto, a loja verde mostra mais uma vez a preocupação do Grupo em disseminar práticas de consumo consciente.

Reciclagem

O Pão de Açúcar aposta na reciclagem para estimular seus consumidores a desenvolver práticas simples e cotidianas que contribuam com a preservação do meio-ambiente. A rede foi a primeira varejista a implantar estações de reciclagem pós-consumo no Brasil, em 2001, e já conta com 94 Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever. Com esse processo, a matéria-prima é reutilizada, reduzindo a extração dos recursos naturais e contribuindo com a geração de empregos.

Desde a implantação do programa já foram recolhidas cerca de 25 mil toneladas de plásticos, papéis, metais, alumínio e vidros, contabilizando hoje uma média mensal de 410 toneladas. Desde 2007, a rede Pão de Açúcar recebe óleo de cozinha para reciclagem e produção de Biocombustível.

Além de contribuir com a preservação do planeta, as Estações têm um caráter social de geração de emprego e renda. Com os seus mais de 90 postos, são beneficiadas 21 cooperativas de catadores que geram mais de 400 posições de trabalho.

Reciclagem pré-consumo

Diferente de comprar, guardar, consumir e reciclar, a reciclagem pré-consumo inclui só duas etapas: comprar e reciclar. Batizado de "Caixa Verde" o projeto foi lançado há 6 meses em oito lojas. A média de reciclagem/mês é quatro mil unidades.

Sacolas Retornáveis

Para oferecer uma alternativa ao uso das sacolas

plásticas e diminuir o impacto dessas embalagens no meio ambiente, a rede Pão de Açúcar lançou em 2005, os primeiros modelos de sacolas retornáveis do varejo. Mais de 200.000 unidades de sacolas retornáveis já foram vendidas nas lojas Pão de Açúcar de todo o Brasil.

GESTÃO DA PRÁTICA

Para garantir a qualidade do planejamento, da execução e da prática da Loja Verde a empresa Sustentax, especializada em construções sustentáveis, foi contratada para dar consultoria em todas as etapas do projeto, antes, durante e depois da certificação. Para conquistar a certificação LEED é necessário que todos os requisitos necessários gerem resultados para assim conseguir o selo Green Building.

Outros parceiros são as empresas BR+10, responsável pela coleta de material nas Estações de Reciclagem e GMV que faz o recolhimento de pilhas e baterias, além de todo resíduo gerado pela loja, incluindo o orgânico.

POSSIBILIDADE DE DISSEMINAÇÃO OU REPLICAÇÃO

Para comunicar a loja verde, além do plano de

mídia convencional que contemplou os principais jornais e rádios da região de Indaiatuba e do Estado de São Paulo, a rede preparou uma campanha diferenciada, focando questões de sustentabilidade e características locais.

A loja foi inaugurada na semana do Dia do Meio Ambiente e neste clima ecológico panfletos confeccionados em plásticos 100% biodegradáveis foram distribuídos na Rodovia Santos Dumont (São Paulo - Indaiatuba).

Foram 16.000 sacos de lixo para carros feitos com material à base de milho com informações sobre a abertura da nova unidade e atitudes ambientalmente corretas. Na cidade de Indaiatuba, *bikebanners* circularam com pelas ruas para divulgar a abertura do primeiro supermercado verde do país.

Outra ação realizada foi a distribuição de quatro mil balões infláveis, com a mensagem: "Balão biodegradável. Voa para espalhar sementes nas margens do Rio Jundiá" realizado no evento Jundiá Vivo, que é tradicional na cidade e faz parte do calendário municipal em comemoração ao Dia do Meio Ambiente (5 de junho).

Além da loja verde, todas as ações socioambientais do Grupo Pão de Açúcar são compartilhadas com a sociedade por meio de constantes campanhas publicitárias e comunicação nas lojas do Grupo.

Paulo Pompílio é diretor de Relações Corporativas do Grupo Pão de Açúcar.