

Pão de Açúcar planeja abrir mais supermercados verdes



No estacionamento, carros que utilizam biocombustível têm acesso a vagas especialmente demarcadas. Quem gosta de bicicleta encontra no local um bicicletário. Por todos os cantos, os clientes se deparam com placas que trazem explicações sobre reciclagem. A paisagem é de muito verde. Pela descrição, parece um jardim público ou um parque. Na realidade, trata-se de um supermercado.

Este mês, o Pão de Açúcar Indaiatuba completou um ano. Localizado no interior de São Paulo, é o primeiro supermercado verde da América Latina. O diretor de Operações da rede Pão de Açúcar, João Edson Gravata, explica que a loja nasceu quando executivos da empresa decidiram reunir em uma única loja todas as iniciativas que já eram desenvolvidas pela rede, mas sem um padrão entre as unidades.

"Nós queríamos concentrar em uma única loja todas as iniciativas sustentáveis já implementadas em algumas lojas, bem como colocar em prática novas ideias que tínhamos. Então vislumbramos, com o Pão de Açúcar Indaiatuba, a possibilidade de fazer tudo de forma sustentável, desde a construção da loja aos produtos selecionados para venda", explica Gravata. "O objetivo, futuramente, é abrir mais lojas verdes. Certamente, a iniciativa não ficará limitada à cidade de Indaiatuba".

Certificação

Engana-se quem pensa que a loja é sustentável só no discurso. A rede seguiu todas as premissas para obtenção de certificação de loja verde.

O órgão certificador é o LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), que se baseia em critérios estabelecidos pelo USGBC (United States Green Building Council) para ampliar a eficiência no uso de recursos e reduzir o impacto socioambiental no processo de edificação.

Segundo o USGBC, com as medidas adotadas no sistema LEED, espera-se significativa diminuição das emissões de resíduos; aumento das áreas verdes no ambiente interno dos empreendimentos; maior satisfação dos usuários; redução dos problemas de saúde e maior produtividade dos colaboradores.

Ainda de acordo com o USGBC, as expectativas de economias possíveis são de 30% em energia, 35% em emissões de carbono; de 30% a 50% de água e de 50% a 90% no descarte de resíduos.

Sustentabilidade custa caro

O diretor de Operações da rede afirma que o investimento em sustentabilidade é alto, por conta das tecnologias que precisam ser aplicadas e hoje ainda são produzidas em menor escala.

Porém, o custo alto é sentido apenas em um primeiro momento, já que a economia gerada ao longo do tempo compensa o investimento. Questionado sobre se a iniciativa teve por base o consumidor mais exigente, Gravata afirmou que o tema ainda é muito novo no Brasil, de forma que a ação está mais ligada à tendência de as empresas serem cada vez mais sustentáveis, e não ao consumidor, cuja mentalidade ainda não mudou completamente.

A verdade, para ele, é que se trata de um "caminho sem volta". "Não é uma tentativa de salvar o planeta. É apenas uma proposta coerente com o momento atual, a escolha de um caminho que será cada vez mais forte em todo o processo produtivo", diz. "Todos os projetos, em um momento futuro, serão pensados de forma sustentável, tanto no que se refere à questão social quanto à econômica e ambiental. É a sustentabilidade que fará os negócios ficarem de pé".

Benefícios intangíveis, mas evidentes

Questionado sobre se o Pão de Açúcar já teve algum resultado da iniciativa, Gravata afirma que os benefícios ainda são "bastante intangíveis, embora evidentes". Ele exemplifica lembrando que o supermercado verde requer engajamento por parte dos colaboradores. E essa conscientização extrapolou os limites físicos do supermercado chegando até a casa desses funcionários. Hoje famílias inteiras fazem questão de reciclar.

Além disso, o diretor ressalta que um dos desafios de todas as empresas é manter seus funcionários motivados todos os dias. No supermercado verde, os colaboradores se mostram motivados e orgulhosos das ações da empresa. "As iniciativas sustentáveis fazem com que as pessoas vivam o negócio, entendam como ele funciona e acreditem nele", sublinha Gravata.

Na primeira semana de junho, o supermercado completou um ano. Desde sua inauguração, já foram comercializadas 2.590 sacolas retornáveis; arrecadados 235,5 toneladas de resíduos reciclados, incluindo o lixo orgânico; recebidos 21.155 embalagens depositadas no caixa verde; reunidos 2 mil itens para doação, como agasalhos, brinquedos e livros; e doados 7,8 toneladas de produtos no Programa Parceria contra o Desperdício.

Já o consumo de energia elétrica foi reduzido em 38% ao mês, e o de água, 27%, na comparação com os gastos de uma loja convencional.