
2023



Estácio

PROJETO DE EXTENSÃO - RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE

MARKETING VERDE

Aliny Kelly Ferreira Berto 202303430094

Andressa Santos Rocha 202303230818

Larissa Leite Barroso 202303502222

Matheus Angeli Rabetti 202303564279

Rafael Pino Dolce 202302645461

Rafaela Gomes de Matos 202302773461

PROFº EVANDRO PRESTES GUERREIRO

SÃO PAULO

SUMÁRIO

- 01** Apresentação
- 02** Introdução
- 03** Metodologia do estudo
- 05** Marketing Verde
- 06.** Objetivos do Desenvolvimento Sustentável
- 08.** ODS Envolvidas neste projeto
- 08.** Papel do GPA nas ODS
- 10.** Mapeamento do grupo pão de açúcar (GPA)
- 11.** Compromisso com a sustentabilidade
- 12.** Projeto Pão de Açúcar contra o Desperdício
- 14.** Marketing Verde no GPA: Estratégias Implantadas



- 15.** Índice de sustentabilidade empresarial da B3 (ISE B3)
- 17.** Responsabilidade social e empresarial (RSE)
- 19.** Diagnóstico de avaliação
- 25.** Ciclo PDCA
- 26.** Conclusão
- 28.** Referências



Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) , também conhecidos como Objetivos Globais, são um conjunto de 17 objetivos integrados e inter-relacionados para erradicar a pobreza, proteger o planeta e garantir que a humanidade possa desfrutar de paz e de prosperidade até 2030.

O objetivo deste projeto de extensão realizado a partir de orientação do professor de Responsabilidade Social da Universidade Estácio, é avaliar e fundamentar teoricamente o papel da empresa Grupo Pão de Açúcar com a sustentabilidade, abordando quais ações o projeto (parceria contra o desperdício) desenvolve para combater a fome e incentivar o consumo consciente para a população.

O presente projeto tem ênfase em temas extremamente importantes na sociedade atual, como o Marketing Verde e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) sendo as principais ODS 2 (Erradicar a Pobreza) e a ODS 12 (Consumo e Produção Sustentável) que faz parte da agenda 2030 proposta pela ONU, buscando analisar qual o papel esse projeto exerce para a sustentabilidade nos dias atuais e futuros próximos.

A busca por soluções sustentáveis para os desafios sociais e ambientais enfrentados pelo nosso planeta é um tema de crescente relevância na sociedade contemporânea. Este projeto de extensão explora as complexas questões relacionadas a sustentabilidade, abordando tanto os desafios de imediato, quanto as soluções inovadoras que estão moldando o nosso futuro.

Com base em uma revisão abrangente da literatura e importantes ferramentas de diagnósticos para resultados precisos, este estudo se propõe a fornecer uma visão aprofundada das práticas sustentáveis em diversos setores. Neste caso avaliaremos a erradicação da pobreza e o consumo e produção sustentável dentro das ações da empresa e o incentivo para a sociedade fazer parte de ações como essa.

Além disso, examinaremos o impacto das iniciativas sustentáveis na economia, na qualidade de vida e no bem-estar de gerações presentes e futuras.

Este projeto busca de modo geral, contribuir para o avanço do conhecimento científico e a promoção de ações concretas em direção a um mundo mais sustentável.



A crescente conscientização acerca das questões ambientais e sociais tem instigado ações concretas em diversas esferas da sociedade, incluindo empresas e governos, no sentido de adotar práticas mais responsáveis e sustentáveis. Nesse sentido, com o objetivo de abordar os principais obstáculos enfrentados pelas nações, visando encontrar soluções para aprimorar a qualidade de vida daqueles que estão enfrentando essas dificuldades, a ONU criou os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que fazem parte da Agenda de 2030.

O aumento da preocupação diante das consequências ambientais e sociais resultantes das ações humanas tem levado empresas, governo e a sociedade em sua totalidade a abraçarem abordagens mais conscientes e sustentáveis.

Este projeto de extensão tem como objetivo uma análise aprofundada das metas 2 e 12 dos ODS, focando, em especial, nas estratégias implementadas pelo Grupo GPA, uma das maiores empresas varejistas do Brasil, no sentido de contribuir para o alcance dessas metas. A Meta 2 trata da erradicação da fome e da promoção de sistemas agrícolas sustentáveis, enquanto a Meta 12 aborda o consumo e produção responsáveis.

O Grupo GPA, uma empresa de grande relevância no contexto econômico do Brasil, representa um modelo de como as organizações podem adotar a responsabilidade de harmonizar suas operações e estratégias comerciais com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Ao investigar as ações do Grupo GPA relacionadas a essas duas metas específicas, este estudo busca não somente compreender as medidas concretas tomadas pela empresa, mas também analisar o impacto de tais iniciativas no avanço do desenvolvimento sustentável no cenário brasileiro.

Para atingir esse propósito, utilizaremos uma variedade de metodologias, incluindo questionários e análises de dados qualitativos e quantitativos. O questionário permitirá coletar informações sobre as ações do grupo GPA relacionadas as metas 2 e 12 das 17 ODS, bem como a avaliação dos envolvidos (stakeholders) acerca dessas ações. Além disso, as análises de dados fornecerão uma visão mais ampla dos resultados e do impacto das estratégias adotadas pelo grupo GPA.

A realização deste trabalho também se alinha com os propósitos da disciplina de Responsabilidade Social e Sustentabilidade, que visa aprofundar o conhecimento sobre como as empresas podem contribuir para o desenvolvimento sustentável, promovendo práticas responsáveis em suas operações e em toda a cadeia de valor. Ao explorar as Metas 2 e 12 dos ODS e sua correlação com o Grupo GPA, nossa intenção é contribuir para o diálogo acerca do papel que as empresas desempenham na construção de um mundo mais equitativo e sustentável.

INTRODUÇÃO



METODOLOGIA DO ESTUDO



Para abordar os temas deste trabalho iremos utilizar a metodologia baseada na combinação do uso do Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 (ISE B3) e a ferramenta PDCA, proporcionando uma abordagem eficaz para a análise e melhoria contínua das práticas de sustentabilidade na empresa escolhida (Grupo GPA).

O **ISE B3** é um indicador que avalia o desempenho das empresas listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (B3) em relação a critérios ambientais, sociais e governança.

Este índice permite identificar e destacar as organizações que demonstram um compromisso sólido com a sustentabilidade.

Por outro lado, o **PDCA** é uma ferramenta de gestão que se baseia em quatro etapas:

Plan (Planejar): nesta fase, são definidas metas e objetivos claros em relação à sustentabilidade empresarial. Isso inclui identificar áreas de melhoria com base nos critérios do ISE B3 e criar um plano de ação.

Do (Fazer): implementação das ações planejadas. Isso pode envolver a introdução de práticas mais sustentáveis, o treinamento de funcionários e a alocação de recursos necessários.

Check (Verificar): Monitoramento e avaliação do progresso em relação às metas e aos critérios do ISE B3. Isso permite identificar áreas em que a empresa está se saindo bem e onde podem ser necessárias melhorias adicionais.

Act (Agir): com base na avaliação da etapa anterior, são tomadas medidas corretivas e de melhoria. Isso pode envolver ajustes no plano de ação e aprimoramentos contínuos em direção à sustentabilidade.

Esta abordagem combinada permite que a empresa integre a sustentabilidade em suas operações, avaliando seu desempenho com base em critérios reconhecidos e promovendo uma cultura de melhoria contínua.

Dessa forma, as empresas podem não apenas buscar a inclusão no ISE B3, mas também trabalhar ativamente para aprimorar sua atuação sustentável e contribuir positivamente para a sociedade e o meio ambiente.

Como complemento das ferramentas citadas acima, iremos coletar dados através de uma pesquisa, a análise dos dados coletados será feita utilizando técnicas qualitativas e/ou quantitativas de acordo com as características dos dados e objetivos da pesquisa.

Essa abordagem híbrida irá nos permitir uma compreensão mais abrangente das práticas de sustentabilidade como um todo, proporcionando ensinamentos valiosos para contribuirmos na causa de um futuro mais sustentável para o nosso planeta.





MARKETING VERDE

O Marketing Verde, também conhecido como Marketing Sustentável ou Marketing Ambiental, é uma abordagem estratégica que coloca a ênfase na promoção de produtos e serviços de maneira ecologicamente responsável.

Essa estratégia tem como foco central considerar os impactos ambientais e sociais em todo o ciclo de vida do produto, desde a fase de concepção e produção até o consumo e eventual descarte.

Essa abordagem visa estabelecer uma conexão sólida entre a imagem de uma marca e os princípios da sustentabilidade, destacando o compromisso da empresa com práticas ecológicas. As estratégias de marketing verde têm como objetivo comunicar ao público que valoriza questões ambientais que a empresa não apenas adota práticas sustentáveis em todas as etapas de sua produção, mas também está constantemente inovando seus produtos e serviços em conformidade com esses valores.

É de grande relevância para as estratégias de negócios e para a sociedade atual. Não é apenas uma tendência do momento, traz uma série de vantagens significativas. Ele atende às demandas crescentes dos consumidores que buscam produtos e serviços sustentáveis, ajuda as empresas a cumprir regulamentações ambientais, melhora a reputação e a imagem da marca, reduz custos operacionais, impulsiona a inovação, acompanha as tendências de mercado e promove a criação de valor compartilhado.

Em resumo, o Marketing Verde não é apenas uma estratégia de negócios, mas sim uma abordagem que beneficia as empresas, os consumidores e o meio ambiente. Desempenhando um papel fundamental na promoção e conscientização de práticas comerciais sustentáveis e na construção de um mundo mais equilibrado e ecologicamente consciente.



OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

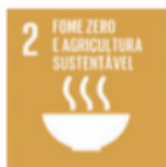


Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) são uma agenda global estabelecida pelas Nações Unidas em setembro de 2015, conhecida como Agenda 2030. Esta agenda representa um compromisso ambicioso e colaborativo para lidar com os desafios globais e construir um futuro mais sustentável e igualitário para todos. Os 17 ODS, compostos por 169 metas específicas, abrangem uma ampla variedade de questões que envolvem aspectos sociais, econômicos e ambientais. Abaixo vamos apresentar cada um dos objetivos:

Cada um dos 17 ODS é um compromisso global para tornar o mundo melhor. Eles estão interligados, reconhecendo que precisamos trabalhar juntos para resolver problemas globais até 2030. Implementar os ODS é uma prioridade para enfrentar desafios humanos e ambientais.



1 ERRADICAÇÃO DA POBREZA
Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares.



2 FOME ZERO E AGRICULTURA SUSTENTÁVEL
Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável.



3 SAÚDE E BEM-ESTAR
Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas e todos, em todas as idades.



4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE
Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todas e todos.



5 IGUALDADE DE GÊNERO
Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.



6 ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO
Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todas e todos.



7 ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL
Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todas e todos.



8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO
Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos.



9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA
Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.





10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES



REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles.

11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS



CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS

Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.

12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS



CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS

Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.

13 AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA



AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA

Tomar medidas urgentes para combater a mudança climática e seus impactos.

14 VIDA NA ÁGUA



VIDA NA ÁGUA

Conservar e fazer uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.

15 VIDA TERRESTRE



VIDA TERRESTRE

Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade

16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES



PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES

Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e todas e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.

17 PARCERIAS E MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO



PARCERIAS E MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO

Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.



ODS ENVOLVIDAS NESTE PROJETO

A **ODS 2** visa erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar, melhorar a nutrição e promover a agricultura sustentável. Isso implica em garantir que todas as pessoas tenham acesso a alimentos seguros, nutritivos e em quantidade suficiente. Além disso, busca promover práticas agrícolas sustentáveis que protejam os recursos naturais e a biodiversidade.

A **ODS 12** tem como objetivo assegurar padrões de produção e consumo sustentáveis. Isso envolve reduzir o desperdício, promover a eficiência no uso de recursos, diminuir a pegada ambiental e garantir que produtos e serviços sejam produzidos de forma responsável em termos sociais e ambientais.

Portanto, considerando essas definições, o Grupo Pão de Açúcar (GPA) é uma das maiores empresas de varejo do Brasil, e desempenha um papel importante na promoção das Metas de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas. Eles buscam reduzir o desperdício de alimentos, promovem práticas de produção responsável e buscam alternativas mais sustentáveis em suas operações, como a redução de plástico descartável. Dessa forma, estão alinhados com os princípios das **ODS 2 e 12** ao trabalhar para tornar sua cadeia de suprimentos e operações mais sustentáveis e socialmente responsáveis.

PAPEL DO GPA NAS ODS

Desde 2012, a sustentabilidade faz parte da estratégia de negócio do GPA e, portanto, está presente em todas as operações e negócios. A geração descontrolada de resíduos sólidos, aliada à ineficiência na gestão deles, causam grandes impactos no meio ambiente. Dessa maneira, a redução da geração de resíduo e o combate ao desperdício e perda de alimentos são alguns dos compromissos do grupo. O desperdício de alimentos é um dos grandes desafios da cadeia do varejo e, por isso, foram desenvolvidas pela empresa algumas iniciativas e melhorias em alguns processos, como a gestão estratégica do estoque de mercadorias e o incentivo ao consumo consciente.

Há mais de 20 anos, é realizado o Programa “Parceria contra o desperdício”. Ele consiste na doação de produtos que estão próprios para o consumo, mas com condições estéticas inadequadas para a venda às instituições sociais parceiras do Instituto GPA. O Grupo conta com a parceria da startup Connecting Food, que garante o monitoramento dos indicadores de doações de frutas, legumes e verduras realizadas nas lojas, trazendo mais precisão e controle sobre o que é doado (quantidade e volume) e para quem é destinado (instituições sociais).

2 FOME ZERO
E AGRICULTURA
SUSTENTÁVEL



12 CONSUMO E
PRODUÇÃO
RESPONSÁVEIS



Abaixo seguem os dados do projeto:

IMPACTO (dados referente ao 1º semestre do ano de 2022):

- 2,1 mil toneladas de alimentos doados
- 4,2 milhões de refeições complementadas
- 228 organizações beneficiadas
- 364 lojas participantes do Pão de Açúcar e Mercado Extra

O equivalente a 11,7 milhões de refeições suplementadas, segundo dados da FAO (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação), que considera 400 gramas como a quantidade diária de frutas e hortaliças consumidas.

Além do Projeto Programa Contra o Desperdício de Alimentos, o Grupo também atua em ações que ajudam a reduzir a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso de acordo com a ODS 12, isto é feito através de um programa de gestão de resíduos, e é mais uma medida que adotaram para combater as mudanças climáticas. A gestão é conduzida para reduzir o volume de resíduos gerados na operação e garantir separação, manuseio, acondicionamento e disposição final de forma correta. Com isso, a contaminação é evitada, minimizando a destinação de resíduos aos aterros e incentivando sua reinserção no ciclo produtivo. No GPA, esse processo é segmentado em três eixos de atuação: redução da geração de resíduos nas operações, fomento à circularidade e combate ao desperdício de alimentos.

O Grupo conta com algumas estratégias de sustentabilidade para minimizar os efeitos no meio ambiente, como programas de reuso que consiste no aprimoramento da separação, da armazenagem, do transporte e da destinação de resíduos de nossas operações em loja em cinco etapas: definição de plano de ação, ajuste de infraestrutura, adequação de materiais, treinamento dos times nas lojas, e monitoramento e acompanhamento dos indicadores. A logística reversa também é uma estratégia utilizada pelo grupo através de pontos de coleta nas lojas e atuam para reduzir o uso e substituir as embalagens dos produtos.



MAPEAMENTO DO GRUPO PÃO DE AÇÚCAR (GPA)

O Grupo Pão de Açúcar faz parte da estrutura do Grupo Casino e possui presença em todas as regiões do Brasil. Além disso, suas operações se estendem para a Colômbia, Uruguai e Argentina, por meio da parceria com o Grupo Êxito. Utilizando um modelo de negócios diversificado em formatos e canais, abriga algumas das redes e marcas mais reconhecidas e valiosas do setor varejista, como o Pão de Açúcar e o Extra, juntamente com marcas como Qualitá, Taeq, clube des sommeliers, entre outras.

Com uma rede de mais de 700 lojas físicas e liderança no comércio eletrônico de alimentos no Brasil, o Grupo Pão de Açúcar está empenhado em proporcionar a melhor experiência de compra para seus clientes, a qualquer hora e em qualquer lugar. A empresa adota políticas sólidas de governança corporativa, baseadas na transparência e no respeito às necessidades da sociedade, investidores e acionistas.

O Grupo Pão de Açúcar **tem como principal objetivo a satisfação do cliente**, concentrando esforços na criação da melhor experiência de compra em suas lojas, sites e aplicativos. Em um ambiente varejista dinâmico, eles buscam simplificar as operações, realizando-as com eficiência e agilidade, sempre com foco em resultados. A inovação é uma constante nessa jornada, sendo fundamental para liderar e conduzir a transformação digital no varejo. Com uma equipe de mais de 39 mil colaboradores, todos comprometidos em respeitar e construir a história que desejam contar.

O Grupo Pão de Açúcar (GPA) foi fundado em 1948 em São Paulo e é conhecido por suas realizações consistentes ao longo dos anos. Sempre estão atentos às tendências de consumo e comportamento para entender as necessidades dos clientes. Eles também reconhecem seu impacto na economia do país, criando empregos e sendo ativos em iniciativas sociais e ambientais em todos os seus negócios. O grupo trabalha para uma sociedade melhor, promovendo o desenvolvimento social e incentivando o consumo consciente, contribuindo para o bem-estar da comunidade e o crescimento do Brasil.



COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE



O grupo Pão de Açúcar (GPA) tem como propósitos construir uma nova agenda social, ambiental e de governança para uma sociedade mais sustentável e inclusiva. Essa organização tem como objetivo potencializar a criação de valor positivo para os públicos de relacionamento em seus diferentes negócios, além de reforçar os compromissos.

A marca Pão de Açúcar tem como objetivo inspirar e encorajar as pessoas a encontrar a felicidade de forma simples e acessível, concentrando-se em relacionamentos e no ambiente em que vivemos. Um dos princípios fundamentais é o equilíbrio, que destaca a importância de todos viverem juntos em busca de uma vida melhor.

Por essa razão, o Pão de Açúcar considera a sustentabilidade como uma parte importante e essencial de seus negócios. Eles estão constantemente trabalhando para promover estilos de vida saudáveis e introduzir inovações no varejo.

- Produtos mais saudáveis e sustentáveis - muitos em espaço diferenciado que respeitam o meio ambiente, as pessoas e o bem estar animal;
- Iniciativas que minimizam impacto ambiental negativo, pois estamos sempre buscando melhorar a relação com o ambiente e a sociedade em que vivemos;
- Ações de transformação social que fortalecem a cadeia produtiva da alimentação saudável e sustentável, fomentando e apoiando produtores e produtos in natura e minimamente processados;
- Respeito à diversidade, combatendo todas as formas de discriminação e preconceitos. Ações de transformação social que fortalecem a cadeia produtiva da alimentação saudável e sustentável, fomentando e apoiando produtores e produtos in natura e minimamente processados;



PROJETO PÃO DE AÇÚCAR CONTRA O DESPERDÍCIO

O programa foi estabelecido em 1995 e tem como objetivo doar frutas, legumes e verduras das lojas para organizações sociais e bancos de alimentos em todo o Brasil. Todos os meses, são doados alimentos que não têm uma aparência perfeita para a venda, mas ainda estão perfeitamente bons para comer. Essa ação resulta na doação de cerca de 180 toneladas de alimentos por mês e ajuda a reduzir o desperdício de alimentos nas lojas. A cada ano, o Brasil desperdiça ou perde 1,3 bilhão de toneladas de alimentos, de acordo com a FAO (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura). Isso equivale a 30% de toda a comida produzida anualmente no mundo.



Para combater esse desperdício, o GPA (Grupo Pão de Açúcar) tem várias iniciativas. Uma delas, o **Programa Parceria contra o Desperdício**, existe há mais de duas décadas e visa reduzir o desperdício de alimentos nas lojas do grupo. Isso significa que alimentos excedentes, que não são atraentes para venda, mas ainda seguros para consumo, são doados a instituições sociais registradas no Instituto GPA. Cada uma das lojas do Pão de Açúcar doa cerca de 54 toneladas de frutas, verduras e legumes por mês. Esses alimentos são usados para preparar refeições para as pessoas beneficiadas pelas instituições parceiras. Essas doações complementam outros programas e, em alguns casos, representam a única fonte de alimentos para muitas pessoas necessitadas.



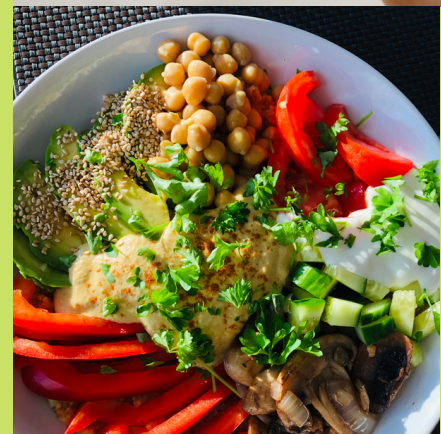
Impacto ambiental e social

O impacto ambiental inclui a redução de resíduos, a conservação de recursos naturais e a preservação da biodiversidade. Ao evitar o desperdício de alimentos, menos resíduos orgânicos acabam em aterros sanitários, reduzindo a emissão de gases de efeito estufa. Além disso, menos recursos naturais como água, terra e energia são necessários para produzir alimentos que, de outra forma, seriam desperdiçados, o que contribui para a preservação da biodiversidade.

Em termos sociais, a iniciativa ajuda a combater a fome, cria empregos por meio da coleta e redistribuição de alimentos e aumenta a conscientização pública sobre a importância de reduzir o desperdício de alimentos.

Parceria e resultados alcançados

O programa tem parcerias com organizações como o SESC – Mesa Brasil e a Associação Prato Cheio, além de mais de 180 organizações sociais registradas para receber as doações. A iniciativa também conta com o apoio da Connecting Food, uma startup de impacto social que auxilia na seleção e no treinamento das organizações sociais parceiras, além de acompanhar a distribuição dos alimentos até os beneficiários. A meta é que 100% das lojas do Pão de Açúcar e do Mercado Extra participem do Programa Parceria Contra o Desperdício até o final de 2023.



MARKETING VERDE NO GRUPO GPA: ESTRATÉGIAS IMPLANTADAS



O Grupo GPA adota várias estratégias de marketing verde e sustentável para promover suas ações e conscientizar os consumidores. Algumas das estratégias incluem:

- **Comunicação transparente:** O GPA informa os consumidores sobre suas práticas sustentáveis por meio de canais de comunicação, como seus sites e redes sociais, destacando suas iniciativas de redução de desperdício, reciclagem e responsabilidade social.
- **Produtos sustentáveis:** Eles promovem produtos orgânicos, naturais e ecologicamente corretos em suas lojas, destacando opções mais sustentáveis e incentivando os consumidores a fazerem escolhas responsáveis.
- **Programas de fidelidade e descontos:** Oferecem incentivos aos clientes para comprarem produtos sustentáveis, como descontos em produtos orgânicos ou pontos de fidelidade para compras responsáveis.
- **Campanhas de conscientização:** Promovem campanhas de conscientização sobre questões ambientais, como o uso consciente de recursos, a redução do desperdício de alimentos e o impacto das embalagens no meio ambiente.
- **Parcerias com ONGs e iniciativas sustentáveis:** Colaboram com organizações não governamentais e outras iniciativas voltadas para a sustentabilidade, demonstrando seu compromisso com causas ambientais e sociais.



ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE B3)

O Índice de Sustentabilidade Empresarial B3, ou ISE B3, é uma ferramenta para análise da performance das empresas listadas na B3 em relação às demandas de desenvolvimento sustentável. Logo serve para dimensionar o comprometimento das organizações com a sustentabilidade. O ISE B3 se baseia na eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança das organizações. B3 é a sigla para a bolsa brasileira, e significa Brasil, Bolsa, Balcão. Ele foi criado em 2005, quando a B3 ainda se chamava BM&F Bovespa (Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo) e a Cetip (Central de Custódia e de Liquidação Financeira de Títulos). É um balizador para os investidores que veem nas boas práticas envolvidas um meio de escolher quais papéis negociar.

O ISE foi criado com o objetivo de avaliar o desempenho médio das cotações dos ativos de empresas selecionadas pelo seu reconhecido comprometimento com a sustentabilidade empresarial, questões ambientais, sociais e de governança. Também é avaliada a qualidade, nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, equidade, transparência e prestação de contas, natureza do produto, além do desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e mudança do clima.

O objetivo é incentivar as empresas a adotar práticas mais sustentáveis, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da economia brasileira. Empresas que atuam com as necessidades de desenvolvimento sustentável são diferenciadas no mercado, ganhando destaque e melhores oportunidades de crescimento, influencia diretamente na maneira como essas marcas são vistas não só pelos investidores mas pela opinião pública em geral.



O ISE B3 indica as empresas com excelente reputação porque suas ações sustentáveis de governança, social e ambiental transparecem e as destacam entre todas as outras listadas na Bolsa. O grupo GPA, uma das maiores empresas varejistas do Brasil foi selecionado pelo terceiro ano consecutivo para integrar a 18ª carteira do Índice de sustentabilidade empresarial da Bolsa de Valores (ISE B3). O GPA tem a Sustentabilidade como um dos seus principais pilares de negócio e tem demonstrado um compromisso consistente portanto sua inclusão no ISE e reconhecimento disso.



A empresa tem implementado uma série de iniciativas para promover a sustentabilidade em suas operações. O Grupo tem se comprometido a promover a sustentabilidade na cadeia de abastecimento de alimentos. Isso inclui iniciativas para apoiar a agricultura sustentável, a produção de alimentos com menos impacto ambiental e a redução do desperdício de alimentos. O Grupo também, tem adotado medidas para reduzir seu impacto ambiental e promover o consumo e produção sustentáveis. Isso pode incluir a implementação de práticas de gestão de resíduos, a redução do uso de plásticos descartáveis, o incentivo a produtos sustentáveis e a promoção da economia circular.





4. DIRETRIZES GERAIS

4.2 COMPROMISSOS DO GPA

4.2.3 Reduzir nossa geração de resíduos, combater o desperdício de alimentos e fomentar a economia circular

A geração descontrolada de resíduos sólidos, aliada à ineficiência na gestão deles, causam grandes impactos no meio ambiente. Dessa maneira, a **redução da geração de resíduo**, o **combate ao desperdício e perda de alimentos** e o **fomento à economia circular** são compromissos do GPA. O GPA se compromete a:

- Reduzir nossa geração de resíduos por meio de boas práticas operacionais e princípios de economia circular;
- Engajar nossa cadeia de fornecimento para reduzir a geração de resíduos, bem como o descarte e a destinação de resíduos de suas operações para aterros;
- Reduzir o uso de matérias-primas virgens e materiais não recicláveis, especialmente plásticos, na fabricação das nossas embalagens, bem como eliminar embalagens desnecessárias e substituir, sempre que possível, por materiais recicláveis, compostáveis e/ou biodegradáveis;
- Fomentar atitudes mais sustentáveis de nossos colaboradores, clientes e fornecedores, incentivando o consumo de produtos mais sustentáveis, consumo consciente de alimentos e a correta destinação de resíduos;
- Incentivar e realizar ações para combate ao desperdício e perda de alimentos, incentivando a doação de alimentos quando for possível para instituições sociais;
- Adotar práticas de incentivo à coleta seletiva em nossas operações e o uso de materiais recicláveis em nossas Marcas Exklusivas;
- Incentivar o desenvolvimento de inovações que fomentem a economia circular;
- Trabalhar setorialmente e em conjunto com o poder público, para fortalecer legislações e práticas de redução de resíduos e aprimoramento da cadeia de reciclagem.



O Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 desempenha um papel vital na promoção de práticas sustentáveis no mercado brasileiro. A inclusão no ISE não apenas melhora a reputação e a imagem de marca das empresas, mas também impulsiona a adoção de medidas que beneficiam o meio ambiente, a sociedade e a governança corporativa. O Grupo GPA é um exemplo notável de uma empresa que abraçou a sustentabilidade e colhe os frutos de sua inclusão no ISE. O compromisso do Grupo GPA e de outras empresas com a sustentabilidade mostra que o ISE não é apenas uma ferramenta de avaliação, mas também uma causa para a transformação positiva do setor empresarial brasileiro em direção a um futuro mais sustentável.

RESPONSABILIDADE SOCIAL E EMPRESARIAL (RSE)

A Responsabilidade Social e Empresarial (RSE) é o compromisso voluntário das empresas em adotar práticas e políticas que levam em consideração o impacto social, ambiental e econômico de suas atividades, indo além de suas obrigações legais e econômicas tradicionais. O conceito tem ganhado crescente importância nas empresas contemporâneas, pois abrange uma série de áreas, incluindo direitos humanos, sustentabilidade ambiental, ética nos negócios e responsabilidade social corporativa.



A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) desempenha um papel importante na relação entre negócios e sociedade. Ao priorizar ética, sustentabilidade, envolvimento comunitário e governança transparente, a RSE não apenas beneficia a sociedade, mas também fortalece a reputação das empresas, atrai talentos, reduz riscos e contribui para a prosperidade a longo prazo, alinhando-se com os valores contemporâneos e as expectativas dos consumidores. Conseqüentemente, ela se torna mais conhecida, não só pela preocupação com o coletivo, mas especial e, principalmente, pelas ações que promove e apoia. Assim, a RSE se torna uma estratégia empresarial vital para um mundo mais equilibrado e sustentável. Abaixo serão citadas algumas práticas interessantes de SER que as empresas podem adotar:

Políticas de Diversidade e Inclusão: Implementar políticas que promovam a diversidade de gênero, etnia, idade e habilidades, bem como um ambiente inclusivo.

Programas de Sustentabilidade: Estabelecer metas de sustentabilidade e redução de emissões de carbono, bem como iniciativas de gestão de resíduos e conservação de recursos.

Programas de Apoio à Comunidade: Investir em projetos sociais, como programas de educação, capacitação profissional e apoio a comunidades locais.

Ética nos Negócios: Implementar códigos de conduta ética e mecanismos de denúncia para garantir a integridade nas operações comerciais.

Transparência e Governança: Adotar práticas de governança corporativa que garantam a prestação de contas, incluindo relatórios regulares sobre atividades de RSE.

Fornecedores Responsáveis: Exigir que os fornecedores sigam padrões éticos e ambientais e verificar o cumprimento dessas diretrizes.

Programas de Voluntariado para Funcionários: Incentivar funcionários a participar de programas de voluntariado e oferecer licenças remuneradas para atividades sociais.

Políticas de Responsabilidade Social Interna: Promover o bem-estar dos funcionários, oferecendo benefícios, oportunidades de desenvolvimento e ambientes de trabalho seguros.

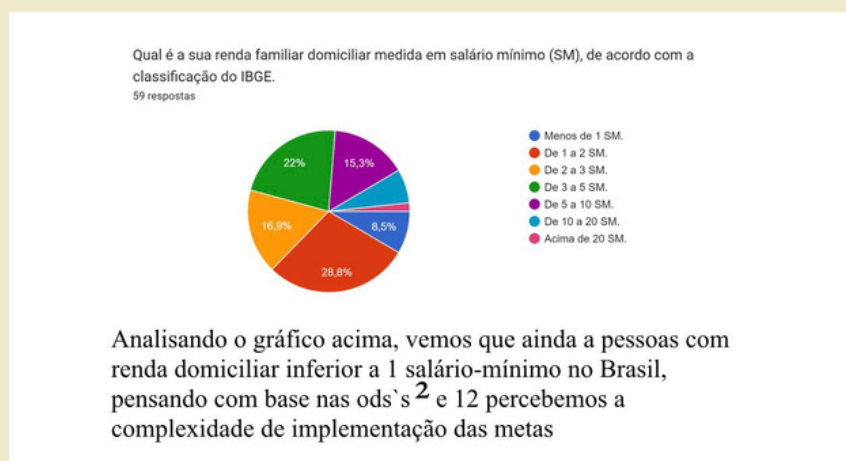
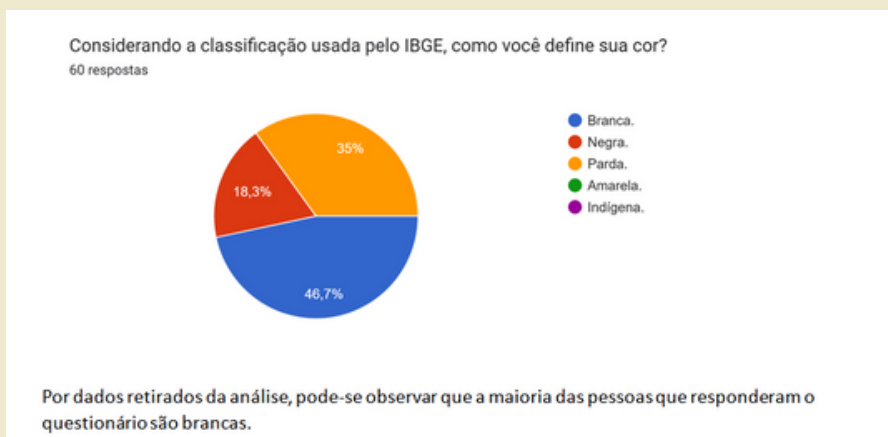
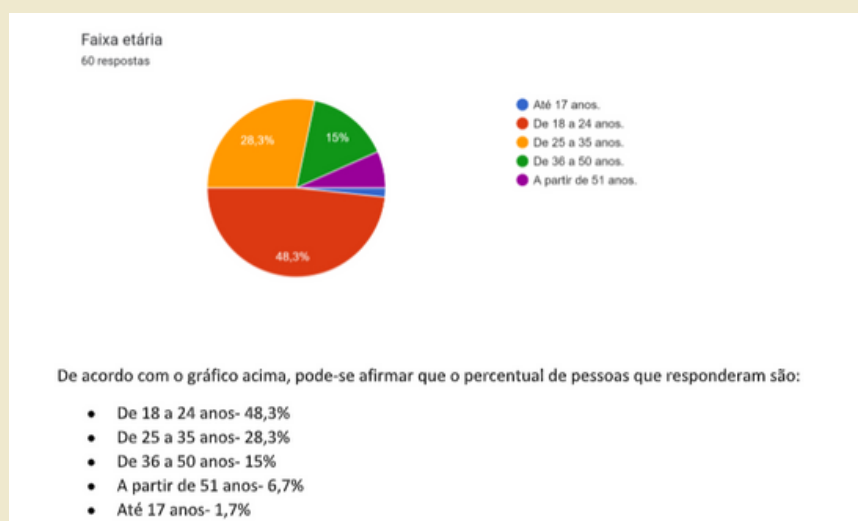
Apoio aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): Alinhar as práticas de RSE com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas.

Medição e Avaliação de Impacto: Avaliar regularmente o impacto das iniciativas de RSE e ajustá-las com base nos resultados.



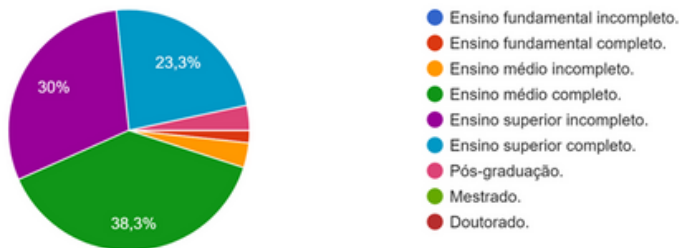
DIAGNÓSTICO DE AVALIAÇÃO

A partir de um formulário contendo 23 perguntas envolvendo a sustentabilidade, as ods envolvidas neste projeto de extensão e os projetos do GPA, levantamos os seguintes dados através de 60 respostas de diferentes públicos:



Qual é o seu nível de escolaridade?

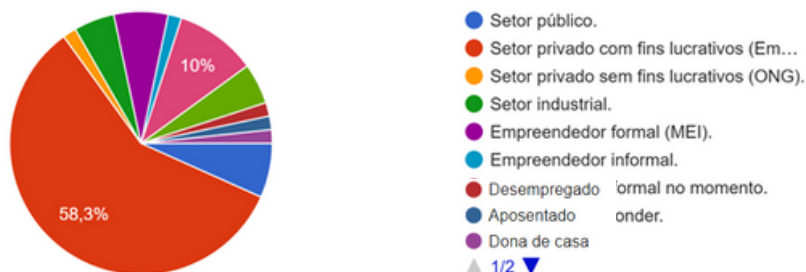
60 respostas



Vemos acima que uma pequena parte de respostas ao questionário foi feita por pessoas com baixo nível de escolaridade, observamos também que uma grande porcentagem das respostas foi feita por pessoas que não chegaram a ingressar na universidade.

Qual é o seu tipo de vínculo trabalhista?

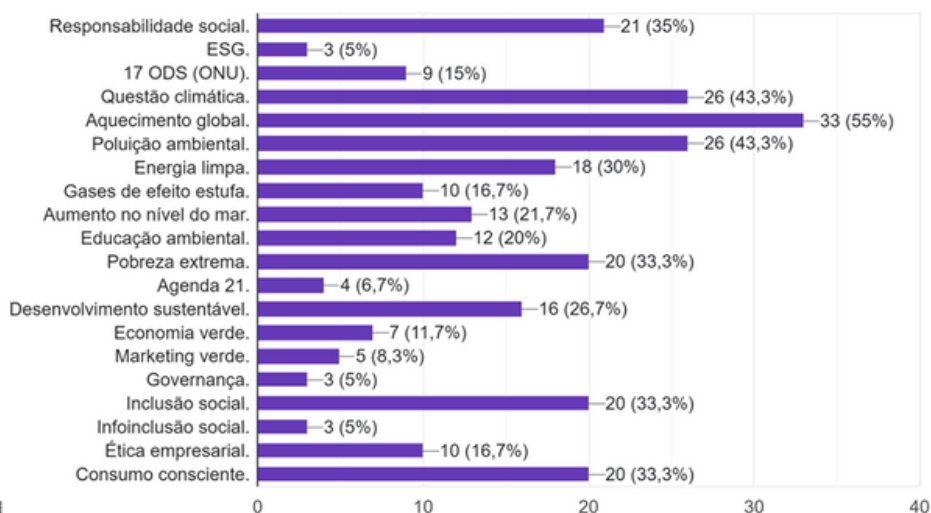
60 respostas



Neste gráfico analisamos que a grande maioria trabalha com empresas de fins lucrativos.

Entre os tópicos relacionados à sustentabilidade humana, marque até 3 opções que você já teve algum conhecimento, ouviu falar, leu ou viu em qual... rádio ou qualquer outra forma de sensibilização:

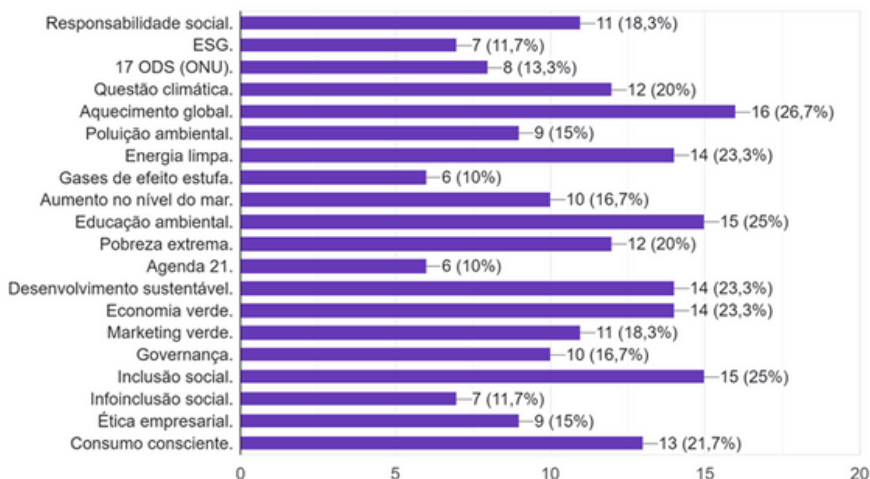
60 respostas



Com base neste gráfico, vemos que uma pequena parte do público alcançado tem conhecimento sobre as 17 ODS, percebe-se que é muito importante a necessidade de divulgação do projeto para ampliar o conhecimento da população.

Agora, entre os temas de sustentabilidade humana relacionados, escolha aqueles que sente maior necessidade de aprender e conhecer:

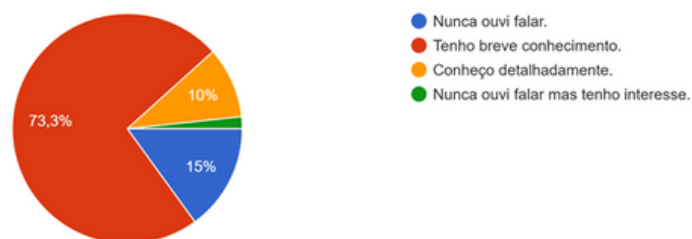
60 respostas



Ao analisar o gráfico anterior e compararmos com este, veremos que não temos interesse da população sobre as 17 ODS. Vemos que mesmo demonstrando a eles uma pesquisa sobre, não se envolvem em querer pesquisar sobre o tema.

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são um conjunto de metas globais criadas pela ONU para abordar questões sociais, econômicas... um mundo mais sustentável. Você já ouviu falar?

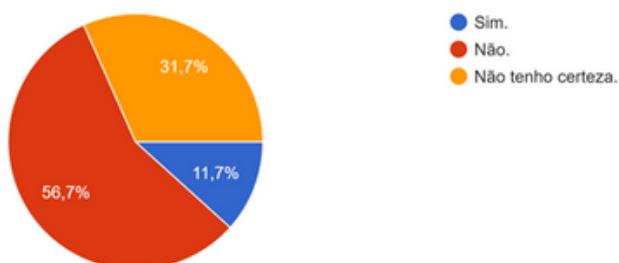
60 respostas



Uma pequena parte dos contribuintes não havia escutado sobre as 17 Ods, sendo interessante analisar que majoritariamente o público tem um breve conhecimento sobre os temas.

Com base na ODS 2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável) e 12 (Consumo e Produção Sustentável). Você acredita que o mundo está fazendo progressos suficientes para erradicar a fome até 2030?

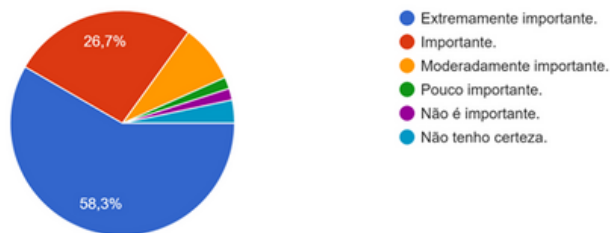
60 respostas



Vemos que uma pequena porcentagem das respostas acredita que será possível zerar a fome do mundo até 2030, mas a grande parte das respostas desacredita na possibilidade da erradicação da fome.

Como você avaliaria o papel da Educação na promoção de práticas agrícolas mais sustentáveis?

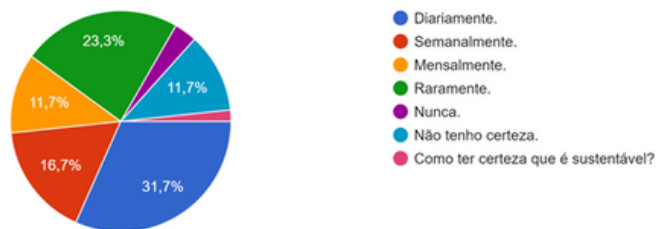
60 respostas



Grande parte das respostas foi de que há uma importância extrema na melhoria da educação sobre agricultura, na análise também vemos que há pessoas que acreditam em não existir importância na agricultura sustentável.

Com que frequência você consome produtos locais ou sustentáveis em sua alimentação?

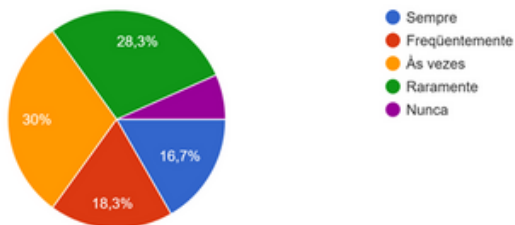
60 respostas



Com base nas respostas vemos que uma boa parte do público consome comumente alimentos de agricultura sustentável.

Ao tomar decisões de compra, você leva em consideração o impacto ambiental? Lembre-se de que o impacto ambiental refere-se aos efeitos que a p...descarte de produtos podem ter no meio ambiente.

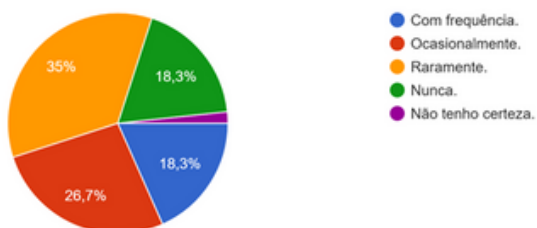
60 respostas



Temos em vista por este gráfico que uma grande parte do público leva em consideração o impacto ambiental gerado por seus atos de compra.

Com que frequência você adquire produtos de segunda mão ou reconicionados? Por exemplo, participando de iniciativas sustentáveis como hort...tras práticas de produção e consumo sustentável.

60 respostas

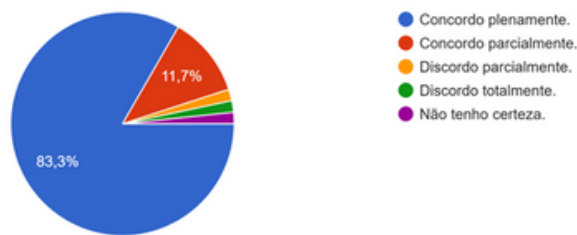


Como mostrado no gráfico, temos o dado de que grande parte do público utiliza ou já utilizou produtos de segunda mão, e uma pequena parte nunca adquiriu produtos de reconicionamento.



Você concorda que as empresas devem ser mais transparentes sobre a sustentabilidade de seus produtos?

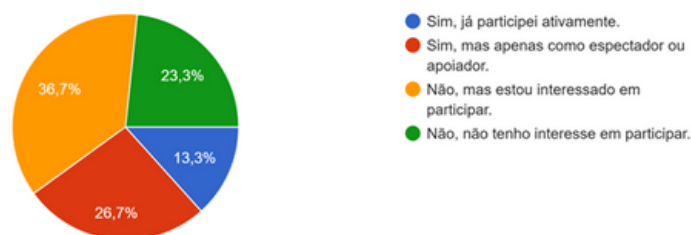
60 respostas



Claramente dado ao gráfico, vemos que quase todos os consumidores concordam que as empresas devem ser mais claras e transparentes sobre a sustentabilidade de seus produtos.

Você já participou de projetos ou iniciativas de agricultura/produção/consumo sustentável?

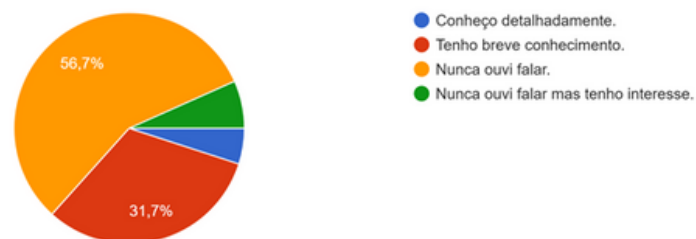
60 respostas



Vemos acima que grande parte de pessoas nunca participou de movimentos sustentáveis.

Entre iniciativas sustentáveis, destaca-se o Programa Parceria Contra o Desperdício, estabelecido em 1995 pelo Grupo GPA, tem como objetivo apoiar i...pacto ambiental resultante. Você já ouviu falar?

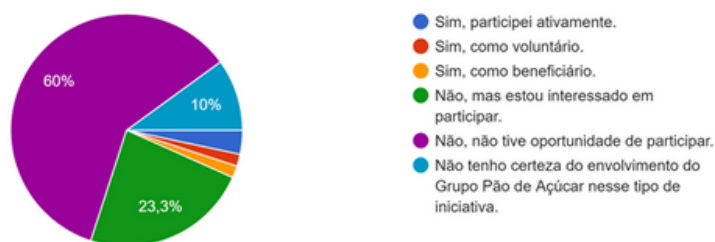
60 respostas



Vemos que mesmo o GPA sendo um grupo grande, poucas pessoas conhecem as iniciativas para cuidar do meio ambiente.

Você já participou de iniciativas de doações de alimentos em parceria com o Grupo Pão de Açúcar?

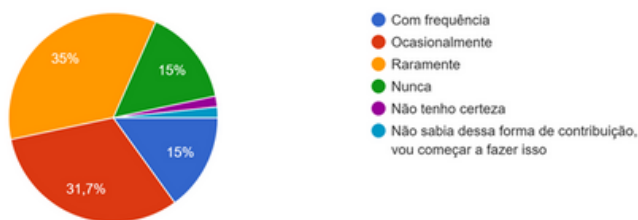
60 respostas



Neste gráfico vemos que poucas pessoas participaram desta iniciativa do GPA, por mais que seja um grande grupo, não é todo mundo que tem a oportunidade de participar de tal projeto.

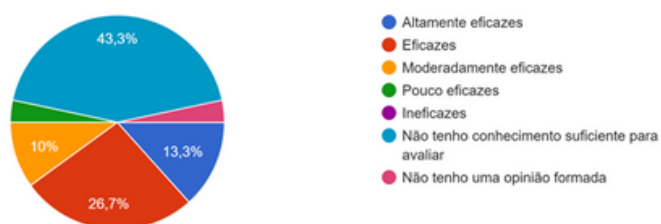


Com que frequência você faz compras de produtos próximos à data de vencimento como uma estratégia para reduzir o desperdício? Lembre-se q...a contribuir para a redução do impacto ambiental.
60 respostas



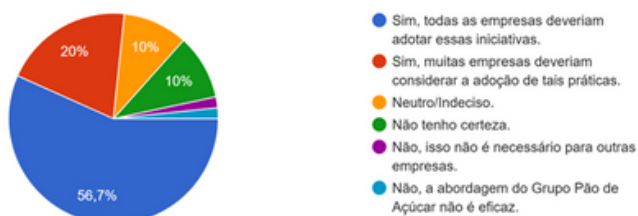
Temos neste gráfico que quase nunca as pessoas compram produtos próximos da validade, dado que demonstra que as pessoas não estão pensando direito na sustentabilidade e na redução no impacto ambiental.

Como você avaliaria os esforços do Grupo Pão de Açúcar em relação à redução do desperdício de alimentos?
60 respostas



O GPA investe muito na redução de desperdício de alimento, porém, a maioria das pessoas não costuma ter conhecimento do projeto.

Você acredita que outras empresas deveriam adotar iniciativas semelhantes àquelas do Grupo Pão de Açúcar para evitar o desperdício de alimentos
60 respostas



Como uma iniciativa dessas garante um futuro melhor para o planeta, quanto mais empresas começassem a utilizar métodos para melhor gestão de desperdícios, melhor será para a população e para futuras gerações.

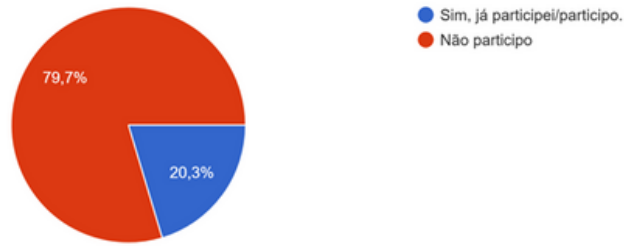
Com base nas questões acima, você acredita que pode adotar práticas mais sustentáveis em sua vida cotidiana?
60 respostas



Após esta pesquisa sobre sustentabilidade e sobre as 17 Ods, vemos que muitos estão motivados a melhorarem seus hábitos no dia a dia.

Com base nas questões acima, você já participou ou participa de alguma iniciativa de ação social envolvendo o tema em sua comunidade?

59 respostas



Mesmo sabendo o quão importante para o planeta estas iniciativas podem ser, pouquíssimas são as pessoas que tem vontade de participar de uma dessas iniciativas.

Em caso positivo da questão anterior, escreva em poucas palavras a localização e foco do projeto

7 respostas

Sustentabilidade social aí meio ambiente , o consumo de produtos próximo a validade , para não desperdiço.

O questionário acima está informando questões do meio ambiente.

Desenvolvimento sustentável

.

Arrecadações que ajudam a AACD.

Já participei do cultivo da horta que meus pais participam na associação de moradores.

Ações sociais organizadas pela Casa de Jesus - Seareios - Campinas

CICLO PDCA

Planejar:

- Definir a meta de reduzir o desperdício de alimentos em 20% no próximo ano.
- Estratégias: Melhorar o controle de prazos de validade, doar alimentos excedentes e conscientizar a equipe.
- Metas Mensuráveis: Reduzir 10% no primeiro trimestre, 15% no segundo e assim por diante.

Executar:

- Treinar a equipe sobre o novo sistema de estoque.
- Iniciar doações de alimentos a instituições locais.
- Lançar campanha de conscientização.

Verificar:

- Analisar relatórios mensais do estoque.
- Acompanhar volume de doações e seu impacto.
- Pesquisar a conscientização da equipe.

Agir:

- Fazer ajustes com base na análise.
- Reconhecer e incentivar a equipe.
- Revisar metas trimestrais para garantir o objetivo de redução de 20% no ano.



A questão do desperdício alimentar e do consumo responsável é um dos desafios mais urgentes do nosso tempo. Em um mundo onde bilhões de pessoas sofrem com a fome e a desnutrição, a perda de alimentos em todas as etapas da cadeia de suprimentos é inaceitável. É nesse contexto que a parceria entre o Grupo GPA e o projeto de combate ao desperdício se destaca como um exemplo inspirador de como empresas podem desempenhar um papel significativo na solução desse problema global. O Grupo GPA, como uma das maiores redes de varejo e distribuição do Brasil, está bem ciente do impacto que suas operações têm no ciclo de produção de alimentos e na quantidade de resíduos gerados. Nesse contexto, a empresa reconheceu a necessidade de uma ação proativa e responsável para minimizar o desperdício de alimentos. Ao estabelecer uma parceria estratégica com um projeto dedicado a combater o desperdício, o Grupo GPA demonstrou seu compromisso em reduzir o impacto ambiental de suas operações e contribuir para o bem-estar das comunidades em que atua. Uma das estratégias-chave dessa parceria é a redução do desperdício nas lojas e supermercados do Grupo GPA e o incentivo ao consumo responsável. Isso inclui a implementação de práticas eficientes de gerenciamento de estoque, doações de alimentos excedentes para instituições de caridade e o envolvimento dos colaboradores na conscientização sobre a importância da redução do desperdício.



Essas medidas têm impactos diretos na minimização do desperdício de alimentos e na melhoria da segurança alimentar em comunidades carentes. Além disso, o Grupo GPA também se empenha em educar seus clientes sobre o desperdício alimentar e incentivá-los a adotar práticas mais sustentáveis em suas próprias casas, visando também o consumo consciente. A conscientização é uma ferramenta poderosa para a mudança de comportamento, e ao utilizar sua influência como um grande varejista, o Grupo GPA contribui para disseminar a importância da redução do desperdício em toda a sociedade. Os resultados dessa parceria são notáveis. A quantidade de alimentos desperdiçados nas operações do Grupo GPA tem diminuído consistentemente, o que não apenas reduz o impacto ambiental, mas também economiza recursos e ajuda a alimentar aqueles que mais necessitam. Além disso, a empresa demonstra que a redução do desperdício de alimentos não apenas é possível, mas também benéfica para os negócios, ao mesmo tempo em que fortalece sua imagem como uma empresa socialmente responsável.

Em conclusão, essa colaboração é uma demonstração de responsabilidade social e ambiental que beneficia a empresa, a sociedade e o planeta como um todo. Ela nos lembra que, juntos, podemos fazer a diferença e trabalhar em direção a um mundo mais sustentável e igualitário.

<http://paodeacucarsustentavel.blogspot.com/2014/12/pao-de-acucar-x-responsabilidade-social.html?m=1>

<https://www.gpabr.com/sustentabilidade/>

<https://content.paodeacucar.com/sustentabilidade/evitar-desperdicio-de-alimentos>

<https://institutogpa.org.br/projeto/parceria-contr-o-desperdicio/>

<https://community.openai.com/>

<https://superhiper.com.br/grupo-pao-de-acucar-integra-ndice-de-sustentabilidade-da-b3/>

<https://www.vertown.com/blog/ndice-de-sustentabilidade-empresarial-b3/>

<https://www.cortex-intelligence.com/blog/ise-b3>

<https://www.gpabr.com/sustentabilidade/cadeia-de-valor/> <https://chat.openai.com/c/f3a0c5ee>

https://www.b3.com.br/data/files/84/87/4F/8B/06722810C493CD08AC094EA8/ISE%20B3_Metodologia%2021jul2022.pdf

<https://fia.com.br/blog/pdca/>



<https://www.ethos.org.br/cedoc/responsabilidade-social-empresarial-e-sustentabilidade-para-a-gestao-empresarial/> <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>

<https://www.ekosbrasil.org/por-que-os-ods-sao-importantes-para-as-empresas/>
https://www.insper.edu.br/wp-content/uploads/2019/05/Integracao_ODS_Estrategia_2018.pdf <https://sustentabilidadeagora.com.br/a-importancia-do-acompanhamento-dos-ods-da-onu-para-empresas-e-como-apresenta-los-para-os-stakeholders/>

<https://ibdn.org.br/marketing-verde-e-sua-importancia/>

