



*“Educação é essencial para o desenvolvimento econômico de longo prazo”.*

Jeffrey Sachs

## **Ações Sociais:**

### **A importância de se envolver com a comunidade**

Trabalhar para que as pessoas vivam melhor. É essa a missão que move o Wal-Mart. E a empresa faz isso não só praticando preços baixos e economizando para o cliente mas também atuando junto às comunidades em que atua.

Esse trabalho começou com seu fundador, Sam Walton, em 1962, e continua até os dias de hoje. Ele acreditava que a empresa também deveria ter a função de servir às comunidades próximas e ao redor das lojas da empresa e de seus escritórios, atuando para o bem-estar e satisfação das necessidades e demandas existentes.

Devido à grande capilaridade da rede, cada unidade do Wal-Mart tem autonomia para estabelecer relacionamentos com as comunidades, por meio de parcerias e atividades que gerem frutos em longo prazo, de maneira a contribuir com o desenvolvimento social.

Dessa forma, cada loja é estimulada a implantar ações locais, definidas a partir da sua percepção das necessidades existentes naquela região. Sob este conceito, mais do que pertencer à comunidade, as lojas do Wal-Mart participam ativamente das atividades comunitárias e trabalham para promover melhorias na região onde estão instaladas.



Sempre que a rede inaugura uma nova loja ela passa a fazer parte da comunidade. Mesmo antes de abrir suas portas aos clientes, a empresa estabelece relacionamentos com as organizações e entidades locais, com o objetivo de contribuir com o seu desenvolvimento.

Em paralelo às ações locais, as unidades são convidadas a participar das campanhas nacionais do Wal-Mart Brasil, como forma de integrar as ações regionais com as atividades corporativas da rede.

**22,5 MIL IDOSOS RECEBERAM  
A VACINA CONTRA A GRIPE**



# 142

MIL PRESERVATIVOS DISTRIBUÍDOS



ARRECADADOS EM 2006

# 423

MIL QUILOS DE ALIMENTOS

## CAMPANHAS DE CONSCIENTIZAÇÃO

As lojas do Wal-Mart participam de campanhas de conscientização sobre importantes questões, como segurança doméstica, saúde, cuidados com o trânsito e transparência na gestão pública.

**A CARRETA DA CRIANÇA SEGURA** é um projeto da instituição Save Kids Worldwide que mostra os perigos que uma casa pode oferecer a uma criança, com dicas para prevenir acidentes domésticos. A Carreta passou por quatro lojas do Wal-Mart em São Paulo e Curitiba e foi visitada por mais de 8 mil pessoas, em 2006.



**A CAMPANHA CARNAVAL SEGURO** visa a conscientizar os cidadãos sobre alguns cuidados que devem ser tomados na época do carnaval — como as doenças sexualmente transmissíveis, o consumo exagerado de bebida alcoólica e os cuidados com o trânsito. Em 2006, foram distribuídos 142 mil preservativos e realizadas palestras sobre prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, além do consumo responsável de bebidas.

**O PROGRAMA QUERO MAIS BRASIL** é uma iniciativa sem nenhuma ligação partidária, que visa a unir diversos setores da sociedade em prol da transparência nos gastos públicos, exigindo a mesma eficiência de gestão dos governantes, como se exige da iniciativa privada, garantindo mais investimentos em educação e saúde. Lançado em 2006, o Programa Quero Mais Brasil contou com uma importante participação do Wal-Mart, sendo a segunda empresa em arrecadação de assinaturas.



O Wal-Mart também promove projeto para **CONTROLE DA VENDA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS** assegurando que menores de 18 anos não tenham acesso a esses produtos nas lojas da rede. O objetivo é conscientizar os clientes sobre o consumo de bebidas alcoólicas entre crianças e adolescentes, restringindo a venda, no sistema do caixa, apenas para os maiores de 18 anos.

## CAMPANHAS DE ARRECADAÇÃO

Durante todo o ano, as unidades do Wal-Mart Brasil, em função de seu amplo contato com o público, realizam campanhas de arrecadação permanentes, que beneficiam instituições sociais e pessoas da comunidade.

A **Campanha do Livro**, realizada entre janeiro e março em todas as lojas da rede, arrecadou no ano passado 279 mil livros, que foram distribuídos para entidades sociais e públicas, como escolas, bibliotecas e instituições das comunidades próximas às lojas do Wal-Mart.



Em abril, maio, junho e julho, as lojas arrecadam agasalhos junto a clientes e funcionários. A **Campanha do Agasalho**, em 2006, coletou 487 mil peças, enviadas a organizações não-governamentais.

A **Arrecadação de Brinquedos** acontece nos meses de agosto, setembro e outubro, culminando na entrega de presentes para crianças da comunidade no Dia das Crianças. Em 2006, essa campanha conseguiu reunir 31 mil brinquedos.



A **Campanha de Arrecadação de Alimentos** teve forte adesão em 2006, com 423 mil quilos de alimentos distribuídos para entidades sociais de todo o Brasil.

ARRECADADOS EM 2006:

487 MIL AGASALHOS    279 MIL LIVROS    31 MIL BRINQUEDOS

em 2006

## Comunidade

Além de campanhas de arrecadação e conscientização, as unidades da rede Wal-Mart Brasil realizam, todos os meses, ações de envolvimento com a comunidade, nas quais trazem crianças, adultos e idosos de instituições da proximidade, além de familiares, para conhecerem a realidade da empresa e realizarem atividades educativas e de lazer. As principais são:

Ações nacionais	Evento	Público	Resultados
Dia em Família	Evento realizado no período de férias escolares dos filhos de funcionários em todas as unidades com a finalidade de promover a integração entre pais e filhos no local de trabalho	Filhos de funcionários	Participação de 3.735 filhos de funcionários em duas datas (janeiro e julho)
Carnaval Seguro	Campanha de conscientização acerca de doenças sexualmente transmissíveis, alcoolismo e segurança no trânsito.	Comunidade em geral	Distribuição de 141.153 folhetos informativos e preservativos
Dia Mundial da Água	Campanha de conscientização acerca da utilização eficiente e eficaz da água (recurso natural cada vez mais escasso no planeta)	Comunidade em geral	Distribuição de 5.676 cartazes e folhetos
Vacinação de Idosos contra a Gripe	Posto de vacinação e Campanha de conscientização	Idosos da comunidade	Vacinação de 22.352 idosos da comunidade e de 22.994 funcionários
Semana do Profissional	Palestras para melhoria da qualidade de vida: orçamento familiar; consumo consciente; saúde da família; desenvolvimento profissional e outras áreas de interesse	Comunidade em geral e funcionários	Participação de 792 funcionários em palestras
Vacinação Infantil (1ª dose)	Posto de vacinação e Campanha de conscientização	Crianças de 0 a 5 anos	Vacinação de 52.454 crianças, com a aplicação de 2 doses ao longo do ano
Festa Junina	Evento recreativo e cultural	Instituição da comunidade ou escola pública	Participação de 1.792 crianças das comunidades dançando quadrilha nas unidades
Dia da Pátria	Ação educativa e cultural	Instituição da comunidade	463 crianças da comunidade recebidas nas lojas
Dia das Crianças	Proporcionar o dia de lazer a crianças das instituições locais	Instituição da comunidade	1.219 crianças da comunidade recebidas nas lojas
Natal Solidário	Campanha para presentear crianças e pessoas de instituições com presentes de Natal. Para a entrega, cada unidade realiza uma festa de Natal.	Instituição da comunidade	10.215 crianças beneficiadas com presentes e suprimentos para comemorar o Natal



# 52,5

MIL CRIANÇAS IMUNIZADAS

CONTRA POLIOMIELITE

## CAMPANHAS CORPORATIVAS

### O Wal-Mart pela infância no Brasil

Além das campanhas de conscientização, de arrecadação de suprimentos e eventos, as unidades também participam de ações corporativas, em prol de jovens e crianças. O Wal-Mart foi reconhecido pela Fundação Abrinq como 'Empresa Amiga da Criança', por seu compromisso de não contratar mão-de-obra infantil, não adquirir produtos ou serviços de empresas que não ajam de acordo com o Estatuto da Criança e Adolescente e investir nesta área.

A rede também realiza o Dia Wal-Mart pela Criança, quando 1% das vendas de todas as lojas, além de doações espontâneas, é revertido para programas nacionais da Fundação Abrinq. Na quinta edição, que aconteceu em dezembro de 2006, foram doados cerca de R\$ 570 mil. Os projetos desenvolvidos pela instituição beneficiam 1,2 milhão de crianças e adolescentes no Brasil.

O SAM'S CLUB, formato atacadista da rede, desenvolve um programa de arrecadação de fundos por meio de vendas de sacolas na frente de caixa. A receita líquida da venda dessas sacolas é revertida integralmente para o programa Nossas Crianças, também da Fundação Abrinq, que beneficia mais de 38 mil crianças por meio da parceria com 109 instituições sociais. Em 2006, as unidades do SAM'S CLUB fizeram uma doação de cerca de R\$ 80 mil. Além do benefício recebido por essas crianças, a empresa estimula a participação de seus clientes em programas da entidade e comunica o resultado das contribuições realizadas.



R\$ 570.544,08  
DOADOS À FUNDAÇÃO ABRINQ

# 1.500

TONELADAS DE ALIMENTOS FORAM

APROVEITADAS POR BANCO DE ALIMENTOS EM TODO O BRASIL

## Incentivo à Educação e à Cultura

O projeto **Cirandando Brasil** capacita professores das escolas públicas da Bahia para trabalhar em sala de aula com cantigas e brincadeiras cantadas do folclore brasileiro, de forma transversal aos conteúdos tradicionais. Em 2006 o projeto capacitou quase 3 mil professores da rede pública, sendo mil da rede municipal, mil da rede estadual e 900 professores do interior do Estado, em parceria com as prefeituras locais. Ao final da capacitação, cada professor recebe um kit contendo um livro com as letras das músicas e o histórico das brincadeiras a elas associadas, além de três CDs com as canções gravadas. O Wal-Mart e a prefeitura de Salvador também assinaram um termo de cooperação técnica para capacitação de mais mil professores, que devem atender a 6.500 crianças de até 6 anos de idade nos Centros de Educação Infantil.

Uma outra frente deste projeto, o **Memória da Brincadeira**, realiza oficinas de música, artes plásticas, artes cênicas, literatura brasileira e capoeira para cerca de 200 crianças, de 5 a 13 anos, da periferia de Salvador. O objetivo dos projetos é promover a construção de uma cultura de paz por meio do resgate do folclore. Em comemoração à Semana da Criança foi realizado no Parque da Cidade, em outubro de 2006, um Show Baile do projeto, com a participação de 500 crianças da rede pública municipal. Os artistas mirins entoaram cantigas de roda e brincadeiras cantadas, estimulando as demais crianças a entrarem no espírito folclórico.

## Combate à fome no País

Além das campanhas de arrecadação de alimentos, que só em 2006 distribuíram mais de 423 mil quilos de alimentos, a rede Wal-Mart Brasil apóia bancos de alimentos em todo o País. Trata-se de programas que evitam o desperdício de alimentos que estão fora dos padrões de venda mas bons para o consumo, e que são aproveitados por organizações sociais em 17 estados brasileiros. Por intermédio de uma parceria nacional com o programa **Mesa Brasil**, desenvolvido pelo Serviço Social do Comércio (SESC), cerca de 600 toneladas de alimentos foram aproveitadas por organizações sociais em 2006. Os bancos de alimentos também ensinam as instituições a desenvolver receitas e oferecem treinamentos buscando o aproveitamento integral dessas contribuições.

No Bahia, a parceria é com o programa de Complementação Alimentar **Prato Amigo**, da Prefeitura de Salvador. Em 2006, no 6º Encontro de Reconhecimento de Solidariedade aos Colaboradores do programa, o Wal-Mart foi homenageado como maior contribuidor da entidade. No ano, foram doadas mais de 600 toneladas.

No Rio Grande do Sul, o Wal-Mart tem como parceiro o Banco de Alimentos do Estado. Além de alimentos, que somaram 300 toneladas em 2006, a empresa também doou à entidade uma câmara fria para armazenar os produtos, em grande parte perecíveis. Outro programa apoiado em 2006 no Rio Grande do Sul foi o **Comida Urgente**, restaurante popular que fornece alimentação gratuita para a comunidade de Novo Hamburgo, priorizando as famílias com crianças de zero a 6 anos de idade.

## Incentivo ao Voluntariado

O sucesso das atividades sociais é garantido pelos funcionários que dedicam parte do seu tempo à realização de trabalhos voluntários, dando apoio às atividades propostas. Os interessados em desenvolver trabalhos voluntários têm acesso facilitado ao banco de dados de instituições sociais na área de atuação de cada unidade. Por acreditar que o reconhecimento é parte importante da motivação de um voluntário, o Wal-Mart instituiu o **Prêmio do Voluntariado**, que oferece contribuição financeira às entidades ajudadas pelos funcionários mais dedicados e que destinam seu tempo a uma causa.

Em suas seis edições, o Prêmio do Voluntariado já homenageou 41 funcionários e instituições, com a doação direta de R\$ 80 mil. Em 2006, a empresa destinou cerca de R\$ 50 mil em prêmios — um nacional e outros 17 em nível estadual. O vencedor nacional do Prêmio foi **Rudimar Fabricio Riba**, pelo trabalho realizado junto ao Centro Comunitário e Capela São Francisco de Assis, ligado à Arquidiocese de Curitiba, que recebeu uma contribuição de R\$ 8 mil.

Rudimar atua como presidente do conselho de assuntos econômicos e financeiros da entidade, com objetivo de coordenar atividades e apoiar as pastorais da região. As pastorais visam ao desenvolvimento espiritual e social das comunidades, desenvolvendo planos de ação para melhorias. “Quando se executa uma atividade voluntária, não se espera o reconhecimento, apenas executamos um trabalho no qual nos identificamos e que faça sentido, como planejar um futuro para uma comunidade, e dentro de algum tempo os planos passam a se tornar realidade, com o fruto do trabalho positivo. Com essa premiação, nos sentimos valorizados e com força para seguir a caminhada. É uma marca que vou ter na lembrança por toda a vida, do reconhecimento que tive às minhas atividades voluntárias, pela empresa na qual trabalho.”



O Wal-Mart também mantém contribuições mensais a instituições que se propõem a disseminar o trabalho voluntário e capacitar pessoas interessadas, como a organização Parceiros Voluntários.

Rudimar Fabricio Riba

Vencedor do Prêmio do Voluntariado de 2006.



## Inclusão Social e Diversidade

O Wal-Mart apóia a inclusão de pessoas com deficiência na sociedade por meio de apoio e manutenção da Kinder - Centro de Integração da Criança Especial, uma das únicas instituições do gênero, especializada em educação especial para deficientes. A organização também oferece atendimentos de reabilitação em fisioterapia, fonoaudiologia, psicologia e oficinas para desenvolvimento de trabalhos manuais para adultos. A rede também contribui financeiramente para a manutenção da Apae, Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais, que atende principalmente portadores de Síndrome de Down.

Na Bahia, a parceria com a Associação de Pais e Amigos dos Deficientes Auditivos (Apada) indica pessoas com deficiência auditiva para trabalharem nas lojas e escritório da região. Além disso, a instituição capacita os gerentes, encarregados e funcionários na linguagem de libras, para que sejam aptos a se comunicar com os deficientes auditivos da empresa, que atualmente são 208, apenas em Salvador.

E para despertar nos jovens do ensino médio o espírito empreendedor, o Wal-Mart apóia, no Rio Grande do Sul, a Associação Junior Achievement, que estimula o empreendedorismo, ensinando os jovens a calcular impostos, criar produtos e gerenciar uma organização com o auxílio de voluntários que atuam no mercado. A instituição também desenvolve um programa anual chamado “vantagens em permanecer na escola”, dirigido a jovens de sétima e oitava séries, com o objetivo de promover a reflexão sobre as consequências do abandono dos estudos para busca de colocação no mercado de trabalho.



R\$ 240 mil  
doados

MIL DOADOS PARA A KINDER - CENTRO DE INTEGRAÇÃO DA CRIANÇA ESPECIAL

*“Respeitando diferenças, mudamos o mundo”.*

## Aproximando clientes e comunidade

No Nordeste o Wal-Mart realiza todos os anos o Encontro Cliente & Bompreço (ECB), para interação entre a empresa, seus clientes, fornecedores e a comunidade. É um momento de descontração, conscientização e uma oportunidade de auxílio às instituições que realizam trabalhos sociais. O tema escolhido para o evento de 2006 foi **“Diversidade. Respeitando diferenças, mudamos o mundo”**, debatido por nomes de referência nacional. A escolha do tema para 2006 está alinhada com a diretriz da empresa, de valorização da diversidade das relações, a partir da necessidade crescente de se respeitar e entender as diferenças em termos de sentimentos, opiniões, orientação sexual, questões étnicas, políticas e religiosas.

O encontro com os clientes já é uma tradição da bandeira Bompreço e acontece há 24 anos no Recife, dez anos em Aracaju e nove em Salvador. Além de proporcionar lazer e integração com clientes, o Encontro Cliente & Bompreço é mais uma das ações de responsabilidade social do Wal-Mart. Durante o evento acontece a Feira de Comércio Solidário, onde são montadas barrquinhas para que as instituições locais divulguem suas atividades, vendam produtos e façam captação de novos voluntários. Além disso, os valores arrecadados com a venda dos ingressos para o Encontro são doadas para entidades locais. Em 2006 foram beneficiadas quatro entidades, com mais de R\$ 100 mil. Todas com atuação na parte de inclusão social de pessoas com deficiência.

Na Bahia e em Sergipe, a renda dos eventos foi revertida para a APADA (Associação de Pais e Amigos dos Deficientes Auditivos) de cada Estado e no Recife foram duas as instituições beneficiadas - o Instituto de Cegos Santa Casa de Misericórdia e o CERVAC (Centro de Reabilitação e Valorização da Criança).

MAIS DE  
Inclusão  
R\$ 100 mil

MIL FOI REVERTIDO PARA INSTITUIÇÕES DE APOIO À INCLUSÃO SOCIAL DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA