



“A experiência me convenceu de que os projetos deveriam ter como objetivo gerar riqueza econômica para as comunidades locais por meio da proteção ao meio ambiente.”

Peter Seligmann

MEIO AMBIENTE

Promovendo o desenvolvimento sem agredir o meio ambiente

Para o Wal-Mart, a definição de sustentabilidade como “Desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente, sem comprometer a capacidade de as futuras gerações satisfazerem suas próprias necessidades” está perfeitamente alinhada com a missão da empresa.

Por ser uma empresa varejista, elo entre consumidores e indústrias, o Wal-Mart possui um grande potencial de influenciar toda a cadeia produtiva, induzindo a construção de negócios que contribuem com o planeta. Para a empresa, é essencial que as ações de seus fornecedores estejam alinhadas com o conceito de responsabilidade social e ambiental da empresa. É bom para a empresa, para seus clientes, para a sociedade e para o meio ambiente.



Ser uma empresa líder em desenvolvimento sustentável é uma das metas mais importantes do Wal-Mart, que tem audaciosos objetivos de longo prazo. Para garantir o êxito nas ações ambientais, foi criado o Programa de Sustentabilidade Wal-Mart Brasil, com 10 plataformas de atuação — cada uma delas capitaneada por um membro da liderança sênior da empresa e envolvendo a participação dos funcionários.

10 plataformas
SÃO 10 PLATAFORMAS DE TRABALHO, LIDERADAS
POR EXECUTIVOS, QUE AVALIAM TODA A OPERAÇÃO E
GARANTEM A SUSTENTABILIDADE COMO ESTRATÉGIA
PRIMORDIAL DA EMPRESA.
de trabalho

Plataformas para o desenvolvimento sustentável

Para garantir que a Sustentabilidade está incorporada à diretriz estratégica da empresa foram criados Grupos de Trabalho multidisciplinares, prevendo a adoção de um modelo de negócio com práticas responsáveis e que promovam a redução do impacto de sua atividade no meio ambiente. São 10 plataformas lideradas por executivos da empresa, que analisam cada parte do negócio, inclusive as práticas globais e as de outras empresas do mercado.

Entre as ações previstas estão a construção de planos de negócios em conjunto com a indústria, parcerias com cooperativas e ONGs e investimentos para o engajamento de funcionários e das comunidades onde a rede está presente. Os grupos deverão executar planos de ação e de monitoramento das ações da empresa regularmente nos temas:

1. LOJAS E CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO SUSTENTÁVEIS
2. ESCRITÓRIOS SUSTENTÁVEIS
3. CADEIA LOGÍSTICA SUSTENTÁVEL
4. RECICLAGEM DE RESÍDUOS
5. EMBALAGENS SUSTENTÁVEIS
6. CLUBE DOS PRODUTORES
7. PRODUTOS SUSTENTÁVEIS
8. NEUTRALIZAÇÃO DAS EMISSÕES DE CARBONO*
9. FUNCIONÁRIOS CONSCIENTES
10. CLIENTES CONSCIENTES

*(resultantes das atividades da empresa)

PRIMEIRA LOJA EFICIENTE

A primeira loja eficiente brasileira deve ser aberta em 2008, a exemplo de duas unidades da rede que existem nos Estados Unidos e que funcionam como laboratórios experimentais de tecnologias e materiais alternativos. O modelo de loja eficiente engloba a utilização de técnicas de construção, materiais e tecnologias ecologicamente corretas, priorizando a redução do consumo de água, energia e produção de resíduos.

A unidade no Brasil terá aproveitamento da água da chuva, energia gerada a partir de fontes eólica e solar e 60% a mais de áreas verdes no entorno, inclusive no telhado da unidade, o que isola a carga térmica da loja, diminuindo o consumo de energia com ar condicionado e reduz o calor lançado ao ambiente, sob forma de reflexo da luz solar. A loja também contará com a otimização da luz natural com sensores e o uso de lâmpadas T5, além de equipamentos modernos que reduzem ao máximo o consumo de energia.

O processo de economia de água começa na escolha da grama, plantas e árvores a serem cultivadas nas áreas externas. A preferência é dada à vegetação nativa mais resistente e que possibilita diminuir a quantidade de água para irrigação. Para gerenciamento da água da chuva, o concreto deverá ser poroso nas passarelas e calçadas, com compartimentos de retenção da água. Também serão usadas madeira certificada, piso de concreto exposto e tintas e colas não-tóxicas. A própria construção da loja eficiente procura reciclar e reutilizar os resíduos gerados.

O projeto de loja eficiente do Wal-Mart Brasil conta ainda com proposta de treinamento e educação ambiental aos funcionários e oficinas para clientes.

O Wal-Mart possui hoje duas lojas eficientes que funcionam como laboratórios experimentais de tecnologias e materiais alternativos. Essas lojas estão em operação há cerca de um ano nas cidades de McKinney, no Texas, e Aurora, no Colorado, nos Estados Unidos.



LOJA EFICIENTE

loja eficiente no Brasil

A PRIMEIRA LOJA EFICIENTE NO BRASIL
SERÁ ABERTA EM 2008

<p>1. EFICIÊNCIA ENERGÉTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> . Fontes eólicas e solar para reduzir o gasto de energia. . Iluminação regulável (automática) no piso de vendas, além de lâmpadas T5 (mais eficientes). . Aquecimento solar de água (painéis). . Sensores de movimento no escritório administrativo. . Iluminação LED para luminosos e nas portas dos refrigeradores. . Cabos de revestimento de fios, construído com materiais com menor emissão de gás. 	<p>4. GERENCIAMENTO DA ÁGUA DA CHUVA</p> <ul style="list-style-type: none"> . Concreto poroso nos acessos e calçadas. . Compartimentos de retenção de águas da chuva 	<p>7. GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS REUTILIZAÇÃO DE MATERIAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> . Gerenciamento de resíduos durante a construção.
<p>2. SISTEMA DE REFRIGERAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> . Sistemas de refrigeração que emitem menos gás carbônico e gases que contribuem com efeito estufa. . Painéis de poliuretano ecológico. . Piso isolante para minimizar a perda de frio. 	<p>5. CONSERVAÇÃO DE ÁGUA</p> <ul style="list-style-type: none"> . Reaproveitamento de água da chuva em jardins e sanitários. . Aerador de torneiras, que otimiza o fluxo de saída de água. . Sanitários econômicos, com mictórios com sensores de presença. 	<p>8. PAISAGEM</p> <ul style="list-style-type: none"> . Paisagem com árvores adultas, para neutralizar as emissões de CO2. . Vagas para bicicletas. . Pavimentos de concreto/grama.
<p>3. SELEÇÃO DE MATERIAIS RECICLADOS E ORGÂNICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> . Madeira certificada. . Tinta e colas não-tóxicas. . Piso de concreto aparente. 	<p>6. EFICIÊNCIA DA CONSTRUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> . Telhado com vegetação, para reduzir a incidência de calor dentro da loja. . Sombreamento com vegetação nas fachadas da construção, como obstrução de calor. . Redução da altura da loja, para otimizar o uso do ar condicionado. . Redução do uso de vidro nas fachadas, e utilização de vidros reflexivos. . Uso de clarabóias para o aproveitamento da luz natural. 	<p>9. TREINAMENTO E EDUCAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> . Treinamento de equipes de funcionários. . Oficinas para clientes.



Mudanças nas lojas

Em 2006 foram realizadas mudanças na estrutura de lojas da rede, com base nos critérios de sustentabilidade. As novas lojas que entraram em operação já contam com o teto 20% mais baixo o que diminui o gasto com ar-condicionado e utilização de lâmpadas T5 (mais econômicas e eficientes). O Wal-Mart também investe no aumento das áreas verdes no entorno das construções, com preservação de parte da vegetação nativa e o plantio de novas mudas.



A nova loja de São José do Rio Preto (SP), por exemplo, teve o asfalto do estacionamento substituído por grama e concreto. E em todas as lojas que o Wal-Mart inaugurou em 2006 foram realizadas mudanças no layout para aproveitar melhor a iluminação natural, usando vidros na cobertura, áreas abertas e cores mais claras, além das lâmpadas mais econômicas. O objetivo das mudanças é a redução de 30% no consumo de energia elétrica em todas as lojas do País até 2020.

Em três lojas do Nordeste foram testadas energias alternativas: em Maceió (AL) e Teresina (PI) a empresa vem substituindo toda a matriz energética. Estas unidades passaram a utilizar novas fontes de energia, como a biomassa (energia gerada a partir do bagaço de cana) e o gás natural além de Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCHs), que não agredem tanto o meio ambiente. Nessas lojas, o consumo foi reduzido em 15%, tornando-as referência como fonte de conhecimento sobre energia alternativa.

Além da redução nas contas de luz e água, as construções sustentáveis também consideram características que melhoram o bem-estar de quem trabalha neles, como por exemplo, as fachadas de vidro refletor, que permitem a visão externa agradável.

Engajamento do público interno

Para sensibilização e comunicação da nova estratégia aos funcionários, todas as unidades da empresa assistiram em 2006 ao evento 'Sustentabilidade no Wal-Mart Brasil', que aconteceu no Escritório Central de São Paulo e foi transmitido ao vivo para todas as unidades e escritórios regionais pela TV Wal-Mart. O evento teve o objetivo de engajar os funcionários em prol da causa ambiental, fornecendo informações técnicas e práticas para que todos possam atuar de maneira correta, seja no trabalho ou em casa.



Durante o encontro foi exibido o filme "Uma Verdade Inconveniente", do ex-vice-presidente dos Estados Unidos Al Gore, de grande repercussão nas atuais discussões sobre o aquecimento global do planeta. Além de assistirem ao documentário, os funcionários receberam informações científicas sobre os impactos negativos causados pelas mudanças ambientais.

Palestras e visitas técnicas

No Escritório de Recife, funcionários das áreas Comercial e Logística participaram de uma apresentação sobre as diferenças básicas entre produtos convencionais, orgânicos e hidropônicos. Foram apresentados aos participantes os benefícios dos produtos, a forma de plantio, a germinação e a colheita. Também foram trabalhados conceitos de sustentabilidade, como o impacto no meio ambiente e na qualidade de vida da sociedade.

Em visita a dois fornecedores de verduras e legumes orgânicos da cidade de Chã Grande, a 60 km de Recife, por exemplo, 23 funcionários assistiram a uma demonstração sobre a diferença entre produtos convencionais, orgânicos e hidropônicos. Nas plantações dos fornecedores Estrela da Manhã e Hortaliça Center, eles puderam observar desde o desenvolvimento da germinação até a colheita do produto.

Em São Paulo, funcionários visitaram a produtora de tomates Mallman. Os visitantes conheceram técnicas de manejo como o MEP - Manejo Ecológico de Pragas, que utiliza predadores naturais e categorias de defensivos orgânicos e foi desenvolvida no Brasil. No Sul, os funcionários foram conhecer de perto as empresas Sabor Orgânico, no município de Harmonia, no Rio Grande do Sul, e Fruto da Terra, na região metropolitana de Curitiba, no Paraná. Os dois fornecedores são responsáveis pelo processamento e comercialização de produtos orgânicos de agricultores locais. Nas visitas, os funcionários conferiram todo o processo, desde o recebimento dos produtos até a logística de distribuição.

Acções de
TODOS OS FUNCIONÁRIOS DA EMPRESA ESTÃO
ENVOLVIDOS EM AÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO
E CONSCIENTIZAÇÃO
Conscientização



Sacolas plásticas reprocessadas e destinação correta de resíduos

Todas as lojas da rede Wal-Mart no País oferecem sacolas reprocessadas aos seus clientes. Estas sacolas têm 30% de sua matéria-prima reaproveitada e contribuem para a diminuição do consumo de resina virgem (nafta derivado do petróleo).

O Wal-Mart consome anualmente 1,2 bilhão de sacolas plásticas e com o reprocessamento dos plásticos utilizados em suas composições, os produtores de sacolas deixam de utilizar 1,2 mil toneladas de resina plástica virgem por ano. Além de contribuir para a preservação do ecossistema, a mudança é bastante econômica. A empresa deve economizar R\$ 2,5 milhões por ano, com todas as lojas oferecendo sacolas reprocessadas aos seus clientes.

A utilização desse tipo de sacolas reforça os esforços globais do Wal-Mart para tornar-se uma empresa 100% sustentável. Para o consumo de 100 milhões de sacolas tradicionais por mês seriam usadas 266 toneladas de resina virgem, contra 125,5 toneladas no caso das sacolas reprocessadas — uma economia de 45%.

Outro importante passo dado em 2006 foi o diagnóstico completo sobre a destinação de resíduos sólidos e tóxicos da empresa. O objetivo é construir um processo para que todo o lixo tóxico da empresa no Brasil seja enviado para uma destinação adequada, segundo critérios ambientais.



Matéria-prima
SACOLAS PLÁSTICAS COM 30%
DE MATÉRIA-PRIMA REAPROVEITADA
reaproveitada

Embalagens sustentáveis

Uma das metas do Wal-Mart é incentivar os fornecedores a utilizarem em seus produtos embalagens ecologicamente corretas. No mundo, o Wal-Mart gasta US\$ 300 milhões por ano compactando as caixas que recebe de seus fornecedores e mandando esse lixo para aterros. Ao incentivar seus parceiros a usar materiais recicláveis, a rede pode gerar uma economia de US\$ 3 bilhões em uma década, o que contribui para os negócios e para o meio ambiente.

O objetivo do Wal-Mart é remover, reduzir e reutilizar embalagens garantindo o destino correto dos seus materiais, para que não causem danos à natureza, baseado no princípio dos 7 Rs:

- . **Remover:** eliminar toda embalagem desnecessária, caixas ou camadas extras
- . **Reduzir:** aperfeiçoar o desenho da embalagem para o estritamente necessário
- . **Reutilizar:** incentivar a utilização de refis
- . **Renovar:** preferir embalagens com materiais de recursos renováveis
- . **Reciclada pós-consumo:** preferir embalagens com maior percentual de material reciclado
- . **Reciclável:** preferir materiais que possuam alto índice de reciclabilidade
- . **Rentabilizar:** atingir todos os objetivos acima com os mesmos ou menores custos



No Brasil, para estimular os parceiros e conscientizar os funcionários sobre o tema, em 2006 foi realizado o 1º Encontro de Fornecedores Sustentáveis, com a participação de aproximadamente 700 pessoas. O evento teve três painéis de debate com os temas “Sustentabilidade”, “Orgânicos” e “Embalagens Sustentáveis”, além de uma Feira Nacional de Produtos Orgânicos.

A empresa também está desenvolvendo um “Guia de Embalagens Sustentáveis”, com informações técnicas para auxiliar a área comercial da empresa a distinguir materiais mais eficientes e estimular a indústria a desenvolver embalagens que não agredam o meio ambiente.



Wal-Mart é vitrine para o consumo consciente

Entre as melhores práticas na cadeia produtiva da rede está o programa “Clube dos Produtores”, que apóia a produção, qualificação e venda de alimentos plantados com responsabilidade. Apesar de ser uma iniciativa ainda apenas da região Sul, a tendência é ampliar o programa, levando a sustentabilidade aos pequenos produtores de todo o País.

Os agricultores são motivados a formar cooperativas e associações para que tenham maior poder de negociação e para que trabalhem juntos de maneira transparente e participativa. A proposta é que eles recebam um valor justo pelo seu produto, sem ficarem sujeitos às variações do mercado e da demanda, e em contrapartida precisam respeitar a legislação trabalhista e de proteção ao meio ambiente, reduzindo o uso de agroquímicos e protegendo as pessoas e animais do entorno.

O comércio justo no Brasil surgiu entre os produtores que desejassem exportar para um dos 25 países consumidores. Hoje o Wal-Mart também comercializa o café certificado FLO (Fair Trade Labelling Organizations) nas unidades do SAM’S CLUB no Brasil e nos Estados Unidos. É o café Marques de Paiva, produzido por cooperativas de Varginha, interior de Minas Gerais. Além de promover o consumo consciente no País, o Wal-Mart também contribui com a exportação desses produtos. Nos Estados Unidos, além do café de comércio justo, os SAM’S CLUB comercializam café orgânico e café com o certificado de reflorestamento, também da marca Marques de Paiva.

Um outro projeto em andamento na empresa é a criação de uma linha de produtos orgânicos de marcas próprias para levar mais qualidade de vida aos clientes, com itens saudáveis de preços mais acessíveis, além de estimular a produção de produtos ecologicamente corretos.

Consumo WAL-MART BRASIL: PROMOVENDO O CONSUMO CONSCIENTE Consciente

