

03

CONTRIBUIÇÃO ECONÔMICA

SINEBAHIA
SERVIÇO DE ATENDIMENTO PARA O TRABALHADOR

- Pesquisa para Emprego
- Seguro Desemprego
- Qualificação Profissional
- Carteira de Trabalho

04

25

FOMENTO ECONÔMICO
LOJA DA COMUNIDADE
CLUBE DOS PRODUTORES

CONTRIBUIÇÃO ECONÔMICA



A grande oferta de genéricos facilita o acesso da população a medicamentos

Impulso econômico

Operação alavanca pequenos e médios fornecedores

Presente em 18 estados brasileiros mais o Distrito Federal, o Wal-Mart colabora com a movimentação da economia em todo o país com a criação de milhares de postos de trabalho diretos e indiretos, fomento à produção, comercialização de produtos regionais e estímulo às exportações. Ao todo, 74.456 pessoas trabalham no grupo, e a rede de fornecedores de produtos e serviços soma 8.469 empresas.

O próprio crescimento do grupo em seus 13 anos de atuação no Brasil tem significado importantes aportes de recursos. Somente nos últimos quatro anos, a empresa investiu mais de R\$ 3 bilhões na expansão e na modernização da rede. Em 2008 os investimentos somaram R\$ 1,2 bilhão, possibilitando a abertura de 42 lojas, sendo 34 novas lojas e 8 reformas de unidades que mudaram de

formatos, e a geração de mais de 7,1 mil postos diretos de trabalho.

Com a política de Preço Baixo Todo Dia, a empresa oferece um diferencial de economia aos clientes. Nas contas do dia a dia de qualquer família, reduzir as despesas equivale a contar com mais recursos e poder escolher onde e como gastar.

GENÉRICOS

Com o programa de genéricos, o Wal-Mart amplia o acesso da população a medicamentos. Todas as 166 farmácias do grupo oferecem uma lista de 300 a 500 genéricos, dependendo da região do país, com preço máximo de R\$ 9,90. No primeiro ano do programa, completado em junho, a iniciativa gerou uma economia aos clientes de R\$ 12 milhões na compra de medicamentos – até o fim do ano, essa economia chegou a R\$ 21,5 milhões, de acordo com estimativas feitas pela própria empresa.

Em 2008, a rede criou mais um benefício: na compra de três caixas de qualquer genérico de uso contínuo que faça parte da lista, o cliente recebe um desconto de 50% na terceira caixa. O desconto vale apenas para os remédios de uso contínuo.

O programa colabora para que um número maior de pessoas siga corretamente as prescrições médicas e realizem o tratamento até o fim. De acordo com a Organização Mundial da Saúde, mais de 50% da população já teve que abrir mão de algum tratamento por falta de dinheiro para comprar remédios.

INVESTIMENTOS E BENEFÍCIOS EM 2008

R\$ 1,2 bilhão

EXPANSÃO E MODERNIZAÇÃO DA REDE

R\$ 21,5 milhões

ECONOMIA AOS CLIENTES COM GENÉRICOS

CONTRIBUIÇÃO ECONÔMICA



Loja da Comunidade do Maxxi em Salvador

Serviços para a comunidade

Alguns serviços disponíveis*

- **Emissão de documentos:** carteira de identidade, CPF, carteira de trabalho e atestado de antecedentes criminais
- **Atendimento médico:** consultas médicas nas áreas de clínica geral, obstetrícia, ginecologia e pediatria e exames laboratoriais
- **Inserção social:** cursos profissionalizantes; formação de jovens e inclusão digital realizada pelo projeto Com.Domínio Digital (uma parceria do Instituto Wal-Mart com o Instituto Aliança)
- **Lan house:** uso da internet para pesquisas escolares e envio de currículo
- **Banco Popular do Brasil:** abertura e manutenção de conta-corrente, disponibilidade para se fazer pagamentos, receber benefícios do INSS e contratar seguros e microcrédito

*podem variar segundo a Loja

Em um projeto pioneiro no Brasil, o Wal-Mart lançou um novo modelo de supermercado: dentro da loja há um Centro Comunitário que facilita o acesso a serviços como emissão de documentos, cursos profissionalizantes e atendimento médico. A Loja da Comunidade, como foi batizada, visa oferecer serviços de que a comunidade não dispõe.

Cerca de R\$ 18 milhões foram investidos em três lojas-piloto. Todas as unidades nessa primeira fase foram inauguradas na região Nordeste nas bandeiras Todo Dia e Maxxi Atacado. A expectativa é atender cerca de 26 mil pessoas ao mês. Todos os serviços são gratuitos ou têm preços reduzidos.

Antes da inauguração de uma Loja da Comunidade, a empresa realiza pesquisas e discute com as lideranças locais as necessidades da região, e o resultado pode variar de unidade para unidade. Dessa maneira, os serviços prestados no centro comunitário atendem às necessidades da região onde está instalado.

Na primeira loja inaugurada, por exemplo – o Todo Dia Pernambués, em Salvador (BA) – fun-

LOJA DA COMUNIDADE POSSUI AGÊNCIA BANCÁRIA, MÉDICO, LAN HOUSE E SALA PARA CURSOS

ciona uma unidade do SAC (Serviço de Atendimento ao Cidadão) do Governo da Bahia, que oferece serviço de emissão de documentos, uma agência do Banco Popular do Brasil, uma clínica médica, uma lan house voltada à inclusão digital e uma sala onde são realizados cursos profissionalizantes em parceria com o Senac (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial). Tudo em um só lugar, garantindo mais conforto e comodidade a quem conta com os serviços. Nesse mesmo espaço, são realizados projetos sociais apoiados pelo Instituto Wal-Mart, como o Com.Domínio Digital, que beneficia jovens da comunidade.

Duas outras Lojas da Comunidade foram inauguradas em 2008. São elas Maxxi Pau da Lima (BA) e Todo Dia Afogados (PE).



Produção industrial, sabor colonial

Desde que Evandro Andreazza entrou para o Clube dos Produtores, os negócios da família só cresceram. Ele e a mulher, Marinês, cultivam morangos, amoras e framboesas em Caxias do Sul (RS), e começaram a fazer doces de frutas para aproveitar os excedentes de produção. A qualidade diferenciada dos produtos – com sabor e textura das iguarias do tempo colonial – foi o passaporte de entrada no Wal-Mart. A parceria impulsionou o empreendimento. “Com os incentivos e as orientações de adequação às normas exigidas, que são rigorosas, crescemos devagar, mas de forma contínua e consistente”, destaca Andreazza.

Hoje, o Wal-Mart é o principal cliente dos produtos, que abastecem lojas da rede no Rio Grande do Sul, em Santa

Catarina, no Paraná e em São Paulo. Para atender ao aumento na demanda, a produção diária saltou de 100 kg para 800 kg e o quadro de funcionários subiu de um para 30. O sortimento também foi ampliado – de 3 para 16 variedades de doces – e já movimenta outros produtores de frutas da região.

O desenvolvimento econômico foi acompanhado pela preocupação com as questões sociais e ambientais. “Além de cumprir todas as exigências do Wal-Mart, utilizamos métodos próprios de rastreamento, que nos permitem, por exemplo, identificar os fornecedores envolvidos na produção de cada lote”, explica. Andreazza afirma que pretende continuar profissionalizando e ampliando a produção, mas sem abrir mão do sabor colonial dos produtos.

Produtividade para os fornecedores, qualidade para os clientes e sucesso comercial para a companhia

O Clube dos Produtores é um modelo sustentável de negócio, pois traz benefícios sociais, econômicos e ambientais. O programa orienta pequenos e médios produtores sobre técnicas de produção, logística, boas práticas trabalhistas, cuidados com o meio ambiente e comercialização. Os participantes abastecem com cerca de 850 itens de qualidade comprovada as seções de hortifrutigranjeiros, açougue, peixaria, padaria, fiabreria e mercearia.

Os produtos são entregues nos centros de distribuição ou nas próprias lojas. No caso dos itens hortifrutigranjeiros, o tempo entre a colheita e as gôndolas chega a ser de três horas, garantindo ao cliente alimentos fresquinhos e com preços baixos.

Ao longo de 2008 o programa foi ampliado, passando de 1,3 mil produtores para mais de 2,8 mil, e o volume mensal de comercialização aumentou em 21,3%. A área de atuação também cresceu, e hoje está presente em seis estados após a inclusão de dois estados do Nordeste – e o crescimento deve continuar em 2009.

Desde 2005, quando incorporou o programa, o Wal-Mart promove auditorias anuais para certificar os produtos. O monitoramento envolve todas as etapas de produção, em temas ligados ao meio ambiente, higiene, segurança alimentar, relação com funcionários e colaboradores, aspectos legais e tributários. Além da garantia de qualidade do Selo Clube dos Produtores, os produtos recebem sinalização especial nas lojas, onde se destacam para os consumidores os diferenciais sociais, ambientais e econômicos. ★

Clube dos produtores