

CUIDADOS COM O MEIO AMBIENTE

67

LOJA ECOEFICIENTE
IMPACTO ZERO
REDUÇÃO NO USO DE SACOLAS

CUIDADOS COM
O MEIO AMBIENTE

Wal-Mart inaugura loja ecoeficiente

Mudanças devem diminuir em 25% o consumo de energia e 40% o de água

Abre as portas de sua nova loja no bairro de Campinho, zona norte do Rio de Janeiro, no final de 2008, o Wal-Mart atingiu um novo patamar em seu programa de sustentabilidade. A unidade incorporou o maior número de iniciativas realizadas pela empresa com o objetivo de melhorar a eficiência socioambiental da operação. A expectativa é que as mudanças diminuam em 25% o consumo de energia da unidade e em 40% o de água. A loja é uma espécie de laboratório de testes para as mais diversas iniciativas na área de engenharia sustentável. As experiências bem-sucedidas são replicadas para as demais lojas da rede. A inauguração do primeiro hipermercado ecoeficiente foi um grande marco para o Wal-Mart Brasil, mas outras lojas ecoeficientes já estão sendo construídas e têm inauguração prevista para 2009.

Para alcançar esses resultados, a loja possui uma estação de tratamento de esgoto, e a água tratada é reaproveitada em descargas, irrigação de jardins e lavagens de pátio. Foi adotado um sistema de gerenciamento de energia que estipula como e quando os diversos equipamentos e sistemas devem ser acionados, reduzindo os picos de energia gastos nessas tarefas. No salão de vendas, o uso moderado do ar-condicionado é assegurado por controladores instalados no maquinário dos telhados, que regulam seu desempenho de acordo com a temperatura interna da loja e seu horário de funcionamento.

O uso de película reflexiva, placas isolantes, vegetação e pintura clara na fachada completa o sistema.

TECNOLOGIA E EFICIÊNCIA

Assim como a maior parte das lojas da rede, a unidade de Campinho utiliza lâmpadas fluorescentes modelo T5, de baixo consumo. Um importante diferencial, porém, é o sistema que ajusta o uso da iluminação artificial segundo a disponibilidade da luz natural, o que reduz ainda mais o consumo de energia. No estacionamento externo, estão em teste painéis fotovoltaicos, que transformam a energia solar em elétrica. A intenção é adotar tecnologias mais eficientes com o mesmo investimento.

A loja servirá também para testar a viabilidade técnica e econômica das iniciativas para um número cada vez maior de lojas, além de contribuir com a ampliação e o aperfeiçoamento do portfólio de iniciativas sustentáveis disponíveis para os futuros projetos. Em Campinho, estão em operação 71% das iniciativas de ecoeficiência já utilizadas pela companhia nas outras unidades.

O objetivo do Wal-Mart é conferir cada vez mais ecoeficiência para todas as lojas da rede no Brasil. Por isso, toda nova tecnologia implantada que se mostre eficiente e economicamente viável passa a fazer parte do processo de construção cotidiano de suas unidades.

INFLUÊNCIA POSITIVA

O Wal-Mart busca aliar os três pilares da sustentabilidade - desenvolvimento econômico, social e ambiental - a seu compromisso de oferecer bens e serviços a baixos custos, proporcionando qualidade de vida aos consumidores. O conceito implica um cuidado

EXPERIÊNCIAS BEM-SUCEDIDAS SERÃO REPETIDAS EM OUTRAS LOJAS DA REDE

Eu faço a diferença.
Uso Sacola Retornável.

WAL-MART Brasil
SUSTENTABILIDADE

constante nas relações com pessoas e empresas, de forma a influenciar positivamente toda a cadeia.

O objetivo da companhia é democratizar as práticas da sustentabilidade para clientes, fornecedores e funcionários. O engajamento acontece pelo exemplo e pela troca de informações. Os fornecedores atuam como parceiros na definição de soluções conjuntas, os funcionários recebem treinamento sobre as iniciativas e orientação

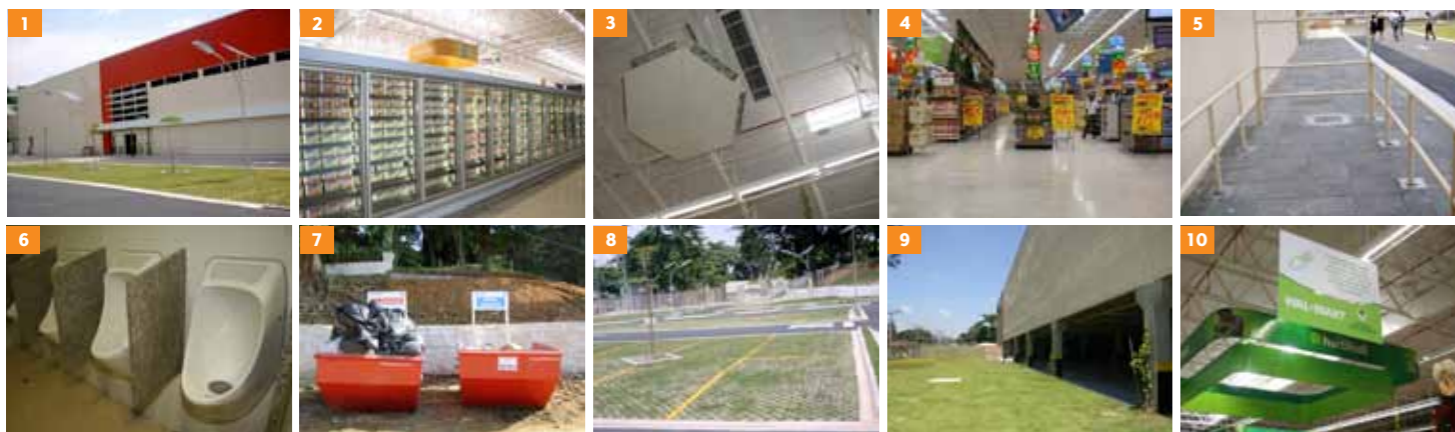
para informar os consumidores. Estes, por sua vez, são peças fundamentais da estratégia de comunicação e engajamento na busca por um planeta mais saudável.

Em Campinas, por exemplo, folhetos, impressos em papel reciclado, explicam cada iniciativa ecoeficiente da loja e oferecem dicas de como obter resultados semelhantes em casa. Os clientes também podem conhecer de perto cada uma das aplicações em visitas guiadas pela loja.

MAPA DAS INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS NA LOJA CAMPINHO



1. Fontes renováveis de energia
(Painéis fotovoltaicos – energia solar)
2. Eficiência energética
(Iluminação por LED em geladeiras)
3. Sistema de refrigeração
(Ar-condicionados inteligentes)
4. Materiais reciclados e orgânicos
(Piso de concreto aparente)
5. Captação de água pluvial
(Concreto poroso nas vias de circulação)
6. Uso responsável da água
(Urinóis que não usam água)
7. Gestão de resíduos e reciclagem
(Destinação correta de resíduos da construção)
8. Paisagismo
(Piso permeável)
9. Construção sustentável
(Uso de vegetação para regular a temperatura)
10. Treinamento e conscientização
(Comunicação visual sobre as iniciativas)



Iniciativas de sucesso são replicadas e diminuem o consumo das novas lojas

Maior eficiência em toda rede

Em 2005, o Wal-Mart assumiu o compromisso de construir novas lojas 30% mais eficientes até 2009, além de potencializar o desempenho da rede já existente em 20% até 2012. Para isso, a empresa introduziu mudanças no sistema de construção, reforma e operação dos seus edifícios. A escolha das soluções que serão implantadas nas novas construções considera as características do terreno, a localização e o tipo de loja. O desafio é introduzir o maior número possível de ações de ecoeficiência e aumentar o benefício gerado.

Diferentes iniciativas foram introduzidas nas lojas. Algumas ações foram aplicadas nas 18 das 34 novas unidades inauguradas em 2008, como o sistema de gerenciamento de energia e a instalação de torneiras de fechamento automático, hoje presentes na maior parte das lojas e escritórios da rede. As câmaras de refrigeração também ganharam painéis de isolamento nas paredes e no piso em 25 novas lojas, e as portas automáticas foram instaladas em 23.

De fundamental importância, a gestão de resíduos também é planejada desde a construção e a inauguração até a operação da loja. A implantação de processos adequados para a separação de cada tipo de material, manuseio, armazenamento, transporte e destino

final adequado garante uma gestão eficaz dos resíduos gerados pela operação da loja. Já para os clientes, as estações de reciclagem incentivam a coleta seletiva local, contribuindo para o desenvolvimento e a geração de renda para cooperativas de catadores. Já os projetos paisagísticos procuraram preservar as árvores originais dos terrenos.

AÇÕES PONTUAIS MIRAM METAS GLOBAIS

Nem todas as adaptações exigem grandes obras de engenharia. O escritório central do Wal-Mart, em Barueri (SP), encontrou formas pontuais de combater o desperdício de água em operações do dia a dia. Instalou descargas com duplo acionamento, torneiras de fechamento automático e mictórios sem água nos banheiros. As medidas também foram estendidas para todas as lojas inauguradas em 2008, os nove centros de distribuição e os demais escritórios.

Ainda no escritório central, a intensidade da iluminação passou a ser reduzida durante o horário de almoço de cada departamento e no final do dia, das 19h às 20h. Durante a noite, todas as luzes permanecem apagadas. O processo de implantação das novas iniciativas foi acompanhado por uma campanha de engajamento que buscou informar os benefícios de adotar atitudes sustentáveis.

Resultados comprovados ★

Um ano após a sua inauguração, que aconteceu em novembro de 2007, os bons resultados comprovam a eficiência das 47 iniciativas com diferencial em sustentabilidade implantadas no Wal-Mart Supercenter Granja Viana, localizado em Cotia (SP). A economia de 19,5% no uso de energia é o maior exemplo do sucesso, e foi alcançada graças à eficiência dos sistemas de ar-condicionado, refrigeração e iluminação.

A redução no consumo de água foi de 58,2% e se deve à instalação do sistema

de captação de águas pluviais e às duas estações de tratamento de esgoto. A água que sai dos dois equipamentos é destinada à limpeza geral e à irrigação do jardim. A extensa área verde é também um dos destaques da loja. Ao lado dos 6 mil metros quadrados de área construída, há uma reserva da Mata Atlântica, em que foram mantidas 170 espécies de plantas nativas. Integrado ao projeto paisagístico, o estacionamento foi coberto por concreto, que absorve as águas da chuva e evita o aquecimento do ambiente.

CUIDADOS COM O MEIO AMBIENTE



Lâmpadas T5 e claraboia para maior iluminação natural

INICIATIVAS INOVADORAS

Construir lojas ecoeficientes é um desafio que exige criatividade e dedicação. Muitas das iniciativas hoje implantadas nas unidades da rede foram desenvolvidas graças ao esforço conjunto do Wal-Mart e seus fornecedores. Um exemplo é a parceria com a Novar, empresa especializada em automação.

A troca de informações entre as duas empresas impulsionou o desenvolvimento de um projeto de dimerização das lâmpadas fluorescentes T5, que possibilitou uma economia real de energia e de custos. O dimer controla o consumo de energia dos reatores de forma automática, de acordo com a variação da luz natural.

Os testes da nova tecnologia aconteceram no SAM'S CLUB Contagem, em Minas Gerais. O ajuste levou oito meses, e o resultado foi um sistema de controle da iluminação do piso de vendas desenvolvido sob medida para o Wal-Mart. Com ele, o consumo de energia pode chegar a 40% da capacidade total da iluminação instalada, nos horários de pico da luz solar.

O presidente mundial da Novar, Dean Lindstrom, destaca a importância de contar com um cliente que está disposto a investir em novas ideias. "O Wal-Mart é líder em sustentabilidade porque é pioneiro e não se importa de testar novas tecnologias, mas sempre buscando a eficiência e as melhores soluções, sem desperdiçar tempo nem dinheiro", observa.

As técnicas aprendidas nos testes serão aproveitadas em outros sistemas comercializados pela Novar. "A beleza do conceito da sustentabilidade é que cada aprendizado é compartilhado e serve para impulsionar novos avanços", destaca Lindstrom.

CONSTRUÇÕES SUSTENTÁVEIS

Por considerar a construção civil um setor fundamental na busca pela sustentabilidade, o Wal-Mart é membro fundador do *Green Building Council* (GBC) no Brasil. Com planos de larga expansão da rede, em 2008 a companhia realizou dois treinamentos, com apoio da entidade, voltados para funcionários e fornecedores. A área de desenvolvimento tem o objetivo de disseminar o conceito e atualizar os profissionais, além de estimular o desenvolvimento de novas técnicas.

Para Marcos Casado, gerente técnico do LEED (Leadership in Energy and Environmental Design, o sistema de certificação próprio do GBC, adotado no Brasil), é importante desfazer o mito de que as construções sustentáveis são caras e demoradas. Ele destaca que o retorno financeiro gerado no longo prazo é muito maior, principalmente para quem opera os edifícios, como é o caso da companhia. "O Wal-Mart é pioneiro na transformação da construção civil no país. Embora ainda haja muito por fazer, já avançou bastante, principalmente no engajamento dos fornecedores. Isso é fundamental para promover soluções cada vez melhores e de menores custos", conclui.

Impacto Zero

Um dos principais impactos ambientais causados pelas empresas de varejo é a geração de resíduos sólidos. Por isso, uma das metas globais da companhia prevê sua redução em 25%. Para cumpri-la, o Wal-Mart Brasil iniciou em 2008 um processo de organização da gestão dos resíduos, estabelecendo uma área específica dentro da empresa para cuidar desse tema.

Além disso, desenvolveu o programa Impacto Zero, elaborado a partir do mapeamento das características dos resíduos sólidos (recicláveis, orgânicos, lâmpadas, pilhas e baterias, entre outros) gerados pela rede e da identificação das principais dificuldades de tratamento e destinação final.

O programa tem como propósito principal reduzir a geração de resíduos sólidos por meio do aprimoramento dos processos de compra, estocagem, transporte e exposição dos produtos nas gôndolas. Para isso, algumas práticas são priorizadas:

Reduzir a geração

Esse processo inclui iniciativas para manter os materiais no ciclo produtivo, evitando que se transformem em resíduo, e ações que visam diminuir a geração total. Com o objetivo de minimizar os impactos ambientais dos resíduos sólidos, o Wal-Mart promove o aperfeiçoamento de processos, melhoria da

gestão e a organização do transporte e armazenamento de produtos em estoque e o combate ao desperdício de alimentos (Banco de Alimentos).

Controlar a geração

Por mais eficiente que seja a operação sempre haverá a geração de resíduos. Esse processo consiste na separação dos resíduos e correto acondicionamento e armazenagem.

Tratamento e destinação final

Os resíduos gerados devem ser destinados de forma adequada considerando as práticas:

• Tratamento dos resíduos

Cooperativas de catadores e centrais de reciclagem: Organizações que fazem a separação dos diferentes materiais recicláveis e destinarão o material à reciclagem.

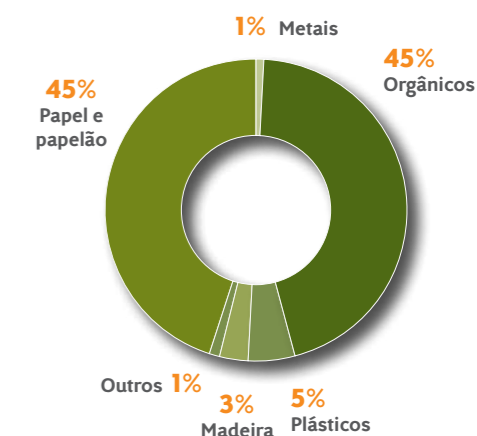
Centrais e Usinas de Compostagem: recebem os resíduos orgânicos para transformá-los em compostos orgânicos.

• Destinação final

Aterros controlados ou sanitários: locais que recebem os resíduos sólidos que não puderam ser reutilizados, reciclados ou compostados. Importante: Qualquer uma dessas práticas deve considerar organizações que possuam as respectivas autorizações e licenças ambientais necessárias.

Projeto prevê destinação correta a todos os resíduos

RESÍDUOS SÓLIDOS CARACTERIZAÇÃO



IMPACTO ZERO - PASSO A PASSO

1. Plano de Gestão

Elaboração e aprovação do Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos

2. Capacitação

Treinamento das equipes responsáveis

3. Implantação

Adequação da infraestrutura e identificação de parceiros

4. Monitoramento

Acompanhamento dos indicadores e identificação de possíveis melhorias

5. Redução de resíduos

Redução de 25% dos resíduos destinados a aterros

RESULTADOS 2008¹

89 lojas²

81 lojas³

5 lojas

Não iniciado

Não iniciado

Impacto zero

¹Indica quantas lojas haviam concluído cada fase no final de 2008, sem considerar as unidades que atendiam parcialmente aos requisitos ou desenvolviam iniciativas pontuais relacionadas às fases posteriores.

²Inclui unidades que haviam realizado os passos 1, 2 e 3.

³Inclui unidades que haviam realizado os passos 2 e 3.

PARCERIA E INFORMAÇÃO IMPULSIONAM OS AVANÇOS

Estação de Reciclagem



Estações de Reciclagem foram instaladas em parceria com a Coca-Cola

AVANÇOS CONCRETOS

O programa começou a ser implantado em 2008 e está dividido em cinco passos consecutivos. A unidade só avança ao passo seguinte depois de ter cumprido plenamente o anterior. Dessa forma, uma unidade no passo 1 pode ter iniciativas que atendam os passos 3 e 4, mas só será considerada passo 2 quando cumprir o anterior. O compromisso assumido pela Gerência de Resíduos para 2009 é que 100% das unidades da rede completem o primeiro e o segundo passos, e a expectativa é que pelo menos 50% das unidades superem o terceiro e o quarto. Enfim, o objetivo é que todas as lojas da rede estejam dentro do programa Impacto Zero.

As iniciativas que garantem a destinação correta de resíduos já se multiplicam por toda a rede. Em 2008, 34 lojas de Salvador (BA) ti-

veram seus materiais reciclados, por meio da parceria com a Cooperativa de Agentes Ecológicos de Canabrava (CAEC), e as Estações de Reciclagem, instaladas em parceria com a Coca-Cola, chegaram a 236 unidades, colaborando para o desenvolvimento de 42 cooperativas de catadores. Durante todo o ano, foram coletadas 4.318 toneladas de materiais.

Na mesma linha, o setor de transportes reduziu em 68% o consumo de plástico *stretch* por *pallet* com o uso de cola e substituiu as caixas de papelão, que faziam apenas cinco viagens, por outras de plástico, que fazem 35. Nos escritórios, o consumo de copos plásticos teve queda de mais de 40% após a distribuição de canecas reutilizáveis, e a economia de papel foi superior a 50% após o incentivo de impressão dos dois lados da folha, o uso de fax digital e a retirada de impressoras individuais.

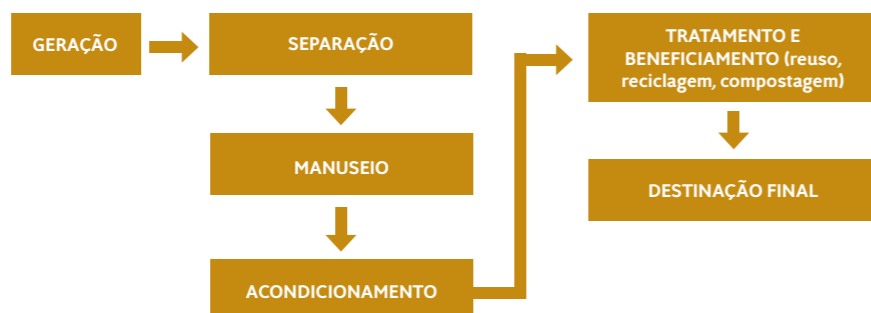
REUTILIZAÇÃO ★

72% de pallets

81% de cabides

53% de caixas plásticas em perecíveis

NO WAL-MART, O GERENCIAMENTO DOS RESÍDUOS CONSIDERA AS SEGUINTE ETAPAS:



Coleta seletiva

Parceria cria Estações de Reciclagem em lojas

Um projeto realizado pelo Instituto Wal-Mart em parceria com o Instituto Coca-Cola promoveu a instalação de Estações de Reciclagem em 236 unidades da rede Wal-Mart. Os recipientes destinados à coleta seletiva de plástico, papel, metal e vidro ajudam a informar os clientes das lojas e incentivam a reciclagem de materiais, principalmente embalagens após o uso. Os resíduos são aproveitados por cooperativas de catadores de todo o país, que os transformam em valor de troca e fazem disso uma importante fonte de renda. Ao longo do ano, o projeto contou com o trabalho de 42 cooperativas de catadores.

236

ESTAÇÕES DE RECICLAGEM INAUGURADAS EM 2008. GERAÇÃO DE RENDA PARA 42 COOPERATIVAS E CERCA DE 2.500 COOPERADOS

O Wal-Mart começou a instalar estações de reciclagem em suas lojas em 2005. Em março de 2008 foi lançada a parceria com a Coca-Cola para ampliar o alcance da iniciativa. A ação inclui também o apoio técnico do Cempre (Compromisso Empresarial para a Reciclagem), instituição sem fins lucrativos. A Coca-Cola integra o Cempre desde a fundação da instituição, em 1992.

CICLO PRODUTIVO

Para o presidente da Coca-Cola no Brasil, Xiemar Zarazua, “a melhor maneira de proteger o meio ambiente é garantir que a embalagem usada se mantenha no ciclo produtivo”. Por isso, a empresa incentiva a reciclagem do material, capacita comunidades para a prática e apoia a formação de novas cooperativas.

Até o fim de 2009, a meta do programa é instalar estes pontos de entrega voluntária dos materiais recicláveis em todas as lojas da rede, com a expectativa de beneficiar a geração de renda a 80 cooperativas e cerca de 2.500 cooperados. “A parceria entre uma das maiores organizações industriais e um dos maiores grupos varejistas do país para promover a reciclagem é uma ação pioneira. Devemos usar a força de nossas marcas também para motivar nossos consumidores a fazerem a sua parte, oferecendo oportunidades como a Estação de Reciclagem”, enfatiza Zarazua. Ele explica que as estações funcionam como um instrumento para as pessoas adotarem práticas sustentáveis, dando um destino adequado aos resíduos que produzem.



Ações conjuntas

A parceria entre o Wal-Mart e seus fornecedores colabora para gerenciar de forma mais eficiente os resíduos. Em uma iniciativa implantada em 2008 com a Fundação Nestlé Brasil, por exemplo, duas lojas Bompreço, em Salvador e no Recife, receberam quiosques para a coleta de embalagens dos produtos Nestlé. A cada sete embalagens entregues, o cliente ganha uma revista de receitas “Programa Nestlé Faz Bem Nutrir”.

A Diageo, fabricante de bebidas, foi parceira de um projeto-piloto para

estimular a reciclagem do vidro, e instalou um coletor do material no Wal-Mart Supercenter Tamboré, em São Paulo.

Em parceria com a fabricante de eletrodomésticos Whirlpool, que detém as marcas Brastemp e Cônsul, foi implantado um projeto-piloto para recolher as embalagens dos produtos na casa dos clientes, logo após a entrega do eletrodoméstico. Em 2008 foram realizados testes em Curitiba e Porto Alegre, e o material coletado foi doado à Associação de Reciclagem Ecológica Rubem Berta, à Cooperativa de Catadores Zumbi dos Palmares e à Associação Santo Aníbal.

Prêmio Varejo Sustentável

Em sua primeira edição, foram quase 900 inscrições

Em 2008, o 1º Prêmio Varejo Sustentável, organizado pelo Wal-Mart, convidou estudantes de ensino técnico e superior, de todo Brasil, a pensar em inovações ambientais que pudessem ser aplicadas no varejo. Iniciativa pioneira do varejo, o prêmio tem como objetivo fomentar e provocar a discussão de sustentabilidade no meio acadêmico de todas as áreas.

Os trabalhos recebidos tiveram propostas alinhadas à necessidade de mudança em benefício das futuras gerações. Em sua primeira edição, o Prêmio recebeu quase 900 inscrições, número que superou a expectativa inicial da empresa. A qualidade dos projetos também ficou acima do esperado, tanto que se optou por incluir uma menção honrosa além da premiação dos três melhores trabalhos. O grupo de jurados do prêmio contou com Osvaldo Stella, da Iniciativa Verde, Alcir Vilela Júnior, do SENAC, Jozeti Barbutti Gatti, do CETEA (Centro de Tecnologia de Embalagem), e Raquel Diniz, do Instituto Akatu.

A iniciativa premiou os três melhores projetos, sem diferença de classificação, com

notebooks e bolsa de estudos de R\$ 5 mil, além de uma menção honrosa. Durante uma semana, os vencedores fizeram visitas técnicas ao Departamento de Sustentabilidade da rede, em São Paulo.

JOVENS E CRIATIVOS

Adriano Augusto França Pimenta, estudante de Engenharia de Produção na Universidade Federal de Minas Gerais (BH), um dos vencedores do Prêmio, apresentou o Programa Varejo Verde, com o intuito de reconhecer e retribuir com benefícios as ações sustentáveis de consumidores, fornecedores e funcionários, por meio do acúmulo de pontos.

Roberlei César Dal Sasso, estudante de Engenharia Ambiental da Universidade do Estado de Minas Gerais, em Passos, desenvolveu o Projeto Ciclo Orgânico, em que os resíduos orgânicos gerados em uma loja seriam destinados a propriedades agrícolas conveniadas e transformados em adubo para plantações orgânicas. Os produtos desse cultivo seriam comercializados nas lojas da rede.

Outra proposta, de Marina Porto Alegre Valente, que cursa Arquitetura e Urbanismo na Pontifícia Universidade Católica do Paraná, em Curitiba, também tratou do lixo, mas sob a perspectiva de reduzi-lo. Chamado Sistema de Refil para Produtos de Limpeza, o projeto propõe a substituição de embalagens descartáveis por retornáveis em produtos de limpeza não abrasivos.

Um sistema de coleta e armazenamento de resíduos orgânicos, idealizado por Paulo Piva Oliveira Leite Dyer, aluno de Engenharia Ambiental na Universidade Estadual Paulista, em Sorocaba, mereceu Menção Honrosa. O Coletor Inteligente e Gerenciamento de Resíduos no Mercado prevê a transformação dos resíduos coletados em adubo para doação a instituições sociais que mantêm hortas para seu próprio consumo.

Vencedores da 1ª edição do Prêmio Varejo Sustentável



Sacolas plásticas

Empresa tem meta de reduzir em 50% o consumo do material

O consumo de sacolas plásticas representa um grande desafio para a companhia no combate aos resíduos. No país, a rede consumiu cerca de 1,4 bilhão de unidades do produto em 2008, o que equivale a 5,32 mil toneladas de resina plástica. Em busca de soluções eficientes para alcançar a ousada meta de reduzir o consumo à metade até 2013, o Wal-Mart Brasil realiza pesquisas e projetos com o objetivo de oferecer alternativas sustentáveis ao uso de sacolas plásticas.

Para alcançar esse objetivo, o Wal-Mart tem desenvolvido diversos projetos que visam a redução do uso de sacolas plásticas em suas lojas. Já em 2008, um projeto-piloto em três lojas de Curitiba - Mercadorama Mundo Novo, BIG Pinheirinho e Maxxi Jardim das Américas - apresentou aos clientes alternativas para o uso de sacolas plásticas. Dentre diversas alternativas, como caixas e sacola de papel, a sacola de algo-

ção foi a mais aceita, e, portanto, escolhida para figurar em unidades de toda a rede. Na cor creme e com os dizeres "Eu faço a diferença. Uso Sacola Retornável", chegou a todas as lojas do Wal-Mart no Brasil, além de ter sido distribuída para seus mais de 70 mil funcionários. Até o fim de 2008, 838 mil foram vendidas.

Em dezembro de 2008, foi implementado nas lojas Bompreço e Hiper Bompreço nas cidades do Recife e Salvador um programa que oferece descontos financeiros para os clientes que não utilizarem sacolas plásticas. O desconto é calculado de forma automática nos caixas de pagamento das lojas. É dado R\$ 0,03 de desconto por cada sacola plástica não utilizada (valor que corresponde ao custo unitário de cada sacola) a cada cinco itens adquiridos. Ou seja: numa compra de 200 itens, o cliente ganhará R\$ 1,20. E, caso o cliente leve para casa menos de cinco itens sem utilizar sacolas plásticas, também recebe o desconto.

Em apenas dois meses 1 milhão de sacolas deixaram de ser consumidas. A iniciativa recebeu da Assembleia Legislativa de Pernambuco um "Voto de Aplauso pelas ações de responsabilidade socioambiental com a oferta de descontos nas compras dos clientes que dispensarem o uso de sacolas plásticas das lojas Bompreço". Em 2009, a expectativa é expandir essa incitativa para outras cidades onde o Wal-Mart opera.

Outra iniciativa com o objetivo de evitar o desperdício foi a adoção de um porta-sacolas plásticas nos caixas das lojas, que libera uma sacola por vez, restringindo o uso indiscriminado. Em 2009 será reforçada a campanha "Um item a mais por sacola", que orienta os clientes, com o auxílio dos caixas e empacotadores, a colocar um número maior de produtos em cada unidade. E, para evitar que o material se transforme em lixo, o Wal-Mart estimula sua reciclagem por meio das estações instaladas nas lojas.

PROJETO PILOTO DÁ DESCONTO A CLIENTES QUE NÃO USAM SACOLAS PLÁSTICAS

Em apenas dois meses, 1 milhão de sacolas deixaram de ser usadas





Investimento na conservação da Amazônia

Projeto busca a conservação da floresta e fomenta o desenvolvimento social local

De acordo com o Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas (IPCC), as queimadas em florestas tropicais representam entre 16% e 25% do total de emissões de CO₂ em todo o mundo, e inventário brasileiro de emissões aponta o desmatamento da Amazônia como o principal gerador de gases de efeito estufa, com quase 80% do total. Proteger a Amazônia é, portanto, uma das formas mais eficientes de conter as mudanças climáticas no planeta. É por isso que o Wal-Mart, em parceria com a ONG Conservação Internacional (CI), apoia o projeto de conservação e manejo sustentável da Floresta Nacional do Amapá (Flona).

Iniciado em março de 2008, o projeto visa a implantação do plano de manejo sustentável dessa porção de Floresta Amazônica ao final de cinco anos. Nesse tempo, as instituições serão responsáveis por investir R\$ 5 milhões - R\$ 2,5 milhões cada - em duas fases distintas do projeto: a construção da infraestrutura adequada e o mapeamento de toda a flora e fauna nos 412 mil hectares de floresta; seguido pelo diagnóstico de como aproveitar seu potencial econômico de forma sustentável.

O intuito principal é conservar a área e sua rica biodiversidade, oferecendo uma vida melhor às famílias que moram na região. Por meio de um acordo de cooperação técnica

com o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) e com o Instituto Peabiru, o projeto visa criar um plano de negócio sustentável. Para isso, serão levantados os potenciais da região para o desenvolvimento de atividades econômicas que, sem prejudicar o meio ambiente, gerem renda e autonomia aos moradores. O objetivo é que a floresta seja preservada por meio do desenvolvimento humano local. É também criar um modelo que possa ser replicado em outras áreas de conservação no futuro.

A Flona do Amapá foi delimitada na década de 1970, mas nunca foi estabelecido um plano de manejo para a área. A manutenção da floresta evitará que 458 milhões de toneladas de carbono sejam lançados na atmosfera, além de auxiliar a conservar os recursos naturais que provêm os bens e serviços por ela oferecidos para as gerações futuras.

PRIMEIROS PASSOS

O Conselho Consultivo do projeto foi criado em outubro de 2008. Composto por

empresas privadas, órgãos públicos e moradores, o Conselho será responsável por coordenar o projeto e por todas as suas atribuições legais. Por meio do Plano de Manejo, elaborado para impulsionar o desenvolvimento humano, a Flona pretende ser um modelo de conservação replicável em outras áreas florestadas.

Manutenção da Flona do Amapá evitará a emissão de 458 milhões de toneladas de carbono

Aquecimento global

O Wal-Mart busca minimizar o impacto da operação nas mudanças climáticas e, até 2012, tem a meta de reduzir 20% das emissões de gases de efeito estufa. Desde 2007, a empresa promove o plantio de árvores em quantidade suficiente para neutralizar as emissões geradas em eventos corporativos. Durante o ano, 6.673

mudas foram plantadas. E, com o programa Carona Solidária, a empresa estimula os funcionários a compartilharem o transporte nos trajetos de casa. Implantado em todas as praças em que a rede atua, o programa conquistou mais adeptos em São Paulo, onde estão 26% dos inscritos.