

WAL★MART *Brasil*

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2008
EXERCÍCIO 2007

O Wal-Mart Brasil Ltda. consolida em publicações anuais os dados de sua atuação socioambiental. Este relatório está centrado nas ações desenvolvidas pela empresa no Brasil de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2007. As informações relativas a metas futuras ou a atividades iniciadas em 2008 são exceção e estão claramente indicadas.

Para dúvidas ou sugestões, entre em contato com o departamento de Assuntos Corporativos, no endereço:

Avenida Tucunaré, 125 - Alphaville
CEP 06460-020 - Barueri - SP



SUMÁRIO

4
MENSAGEM
DO PRESIDENTE

6
GRUPO
WAL-MART

14
VISÃO DE
SUSTENTABILIDADE

20
GOVERNANÇA
CORPORATIVA

26
CONTRIBUIÇÃO
ECONÔMICA

- PREÇO BAIXO TODO DIA
- ACESSO À SAÚDE
- IMPULSO AOS PEQUENOS

32
RELAÇÃO COM
STAKEHOLDERS

- PARCERIAS DE VALOR
- FUNCIONÁRIOS
- CLIENTES
- FORNECEDORES
- COMUNIDADE

64
RESPONSABILIDADE
AMBIENTAL

- AÇÕES DENTRO E FORA DA REDE
- CONSTRUÇÕES SUSTENTÁVEIS
- ATAQUE AOS RESÍDUOS
- RECICLAGEM AUMENTA
- DESENVOLVER MERCADO
- AQUECIMENTO GLOBAL

76
INSTITUTO
WAL-MART

- INVESTIMENTO SOCIAL
- UNIR ESFORÇOS
- PROJETOS
- DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

98
CONTEÚDO GRI



PLANEJAMENTO PARA O PLANETA

HÁ INÚMEROS PROBLEMAS A ENFRENTAR no mundo que irão afetar profundamente nossas vidas e nossa empresa: mudanças climáticas, falta d'água, inquietudes sociais e econômicas, infra-estrutura e saúde.

O Wal-Mart tem contribuído para solucionar problemas ao longo de sua história. Ajudamos centenas de milhões de pessoas em todo o mundo a esticarem seus orçamentos todos os meses e sustentarem-se gastando menos. Mas agora estamos assumindo desafios estimulantes na área de sustentabilidade para fazer a diferença. Globalmente assumimos metas audaciosas, como utilizar 100% de energia de fontes renováveis, sermos uma empresa que gera "lixo zero" e oferecer produtos sustentáveis. E já estamos mostrando, com iniciativas em diferentes países, que essa promessa pode ser concretizada.

Isso é algo muito poderoso para nós. Vivemos em uma época em que as pessoas estão perdendo a confiança na capacidade que os governos têm de resolver as coisas. E as empresas estão cada vez mais passando a assumir esta responsabilidade. Nesse contexto, o Wal-Mart aparece com um potencial de contribuição enorme. Pelo tamanho da nossa empresa e pela característica do nosso negócio (contato com consumidores, negócio maciço em gente, elo entre o consumidor e toda a cadeia produtiva) não existe nenhuma outra corporação no mundo com a capacidade de promover mudanças que possam influenciar positivamente toda a sociedade e o planeta como um todo.

Nos próximos anos é possível que não consigamos concretizar tudo o que desejamos fazer. Mas faremos tudo o que tiver que ser feito para construirmos uma sociedade e um mundo melhor. O Wal-Mart pode assumir um papel de liderança, sair na frente do futuro e fazer uma diferença que seja boa para nossos negócios e para o mundo.

Tenho muito orgulho do que foi realizado em nossa empresa no ano de 2007. Dobramos as horas de treinamento para os nossos funcionários. Estendemos progra-

mas de formação profissional e vamos ampliá-los ainda mais em 2008. Demos passos importantes para sermos de fato uma empresa inclusiva. Nós investimos no Brasil e nos brasileiros. Com as 19 lojas que abrimos e as 113 unidades que reformamos, geramos 4,5 mil empregos diretos e 17,1 mil indiretos.

Nosso investimento social também cresceu. De 21 projetos que tínhamos em 2006, agora são 40, apoiados pelo Instituto Wal-Mart. Nós sentimos que fazemos a diferença para os catadores de resíduos, para as cooperativas de costura, para os jovens que querem se capacitar para o mercado de trabalho.

O respeito ao meio ambiente foi definitivamente incorporado em nossa maneira de fazer negócio. Nós traduzimos em ações concretas muitos objetivos, aperfeiçoando os nossos processos, produtos e obras. E estamos cada vez mais empenhados em descobrir novas soluções que contribuam para a sustentabilidade da vida no planeta.

E temos muitas ações previstas para este ano, como ter 235 lojas nossas com estações de reciclagem instaladas e com a coleta funcionando. Fazemos o *roll-out* da nossa iniciativa de "loja lixo zero", termos a nossa primeira loja eficiente, desenvolvermos parcerias com nossos fornecedores para de fato transformarmos a nossa cadeia produtiva. E conscientizarmos os nossos funcionários, clientes, fornecedores, prestadores de serviços e tantos outros interlocutores.

Estamos cada vez mais próximos de nossos parceiros nessa jornada importante. E a satisfação que temos com tudo o que já foi realizado nos impulsiona ainda mais para seguirmos em frente com a nossa missão de vender por menos para que as pessoas vivam melhor.

Boa leitura.

Héctor Núñez

Presidente do Wal-Mart Brasil