

CAPÍTULO II

VISÃO DE SUSTENTABILIDADE

O COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE SE EXPLICITA NO COTIDIANO DO NEGÓCIO E SE TRADUZ EM METAS E OBJETIVOS CONCRETOS PERSEGUIDOS POR TODA A EMPRESA.





GESTÃO VOLTADA À SUSTENTABILIDADE

PROJETOS, PROGRAMAS, códigos de atuação, fóruns de discussão e mudanças administrativas podem conferir um tom socioambiental à atuação de uma corporação, mas, isolados, não são capazes de construir um caminho real rumo à sustentabilidade. Uma empresa interessada em ajudar a consolidar um mundo onde as ações de hoje não inviabilizam os cenários futuros precisa conhecer o próprio potencial de mudança e assumir o seu papel na criação de novos modelos de negócios, de produção e de relacionamento. É esse o compromisso do Wal-Mart quando trata de sustentabilidade.

O conceito orienta as diretrizes corporativas da empresa e serve de base e elemento norteador de toda a operação, alinhando o foco na produtividade e na redução de custos, o crescimento do negócio e as políticas de relacionamento. O tema se explicita em diversas práticas do grupo: na atuação na comunidade, no investimento social, nas práticas de trabalho digno, no relacionamento com fornecedores e no esforço por reduzir o impacto ambiental de suas operações.

No setor de varejo, a operação direta das empresas representa aproximadamente 8% do impacto sobre o meio ambiente. O restante se refere a impactos indiretos, gerados por outros agentes da cadeia produtiva e de consumo. Em suas ações de sustentabilidade, o Wal-Mart extrapola as fronteiras da própria companhia e exerce ativamente seu potencial de provocar mudanças. Isso fica claro nos projetos de conscientização de funcionários e

clientes, no destaque aos produtos sustentáveis no sortimento das lojas e no impulso à implantação de padrões éticos, sociais e ambientais por seus fornecedores e prestadores de serviço.

METAS DEFINIDAS

Em 2005 o grupo assumiu metas globais ousadas de redução de resíduos, eficiência energética, diminuição de gases do efeito estufa e impulso a produtos sustentáveis. Até 2010 investirá cerca de US\$ 500 milhões em infraestrutura e aprimoramento de sistemas de gestão em busca de resultados.

O Programa de Sustentabilidade envolve ações em todo o mundo e se centra em três pilares: clima, resíduos e produtos. O primeiro integra iniciativas de redução do consumo de água e energia pela empresa, adoção de um modelo de construção e de logística de menor impacto ambiental. O tema “Resíduos” envolve a redução da geração de resíduos e sua correta destinação. Com o pilar “Produtos” o objetivo é alterar o perfil de produção e de consumo.

No Brasil, os grandes temas da sustentabilidade foram desdobrados em dez plataformas de ação. Cada uma delas é liderada por um executivo sênior, que se encarrega de transformá-la em atitudes concretas. Algumas decisões começam e terminam dentro da empresa, como as construções sustentáveis, por exemplo. Em outras, a meta é levar as mudanças a outros agentes. O Wal-Mart investe na conscientização e no engajamento de funcionários, clientes, fornecedores e organizações sociais. A parceria e a busca conjunta de soluções caracterizam a estratégia da empresa para enfrentar as questões que mais afetam a sustentabilidade no planeta.

Na área de investimento social, as ações são coordenadas pelo Instituto Wal-Mart, que financia projetos de desenvolvimento sustentável. O trabalho é feito em parceria com organizações não-governamentais, grupos empresariais, entidades sociais e organismos de governo, e está focado em resultados de médio e longo prazos nas áreas social, econômica e cultural.

WAL-MART ARTICULA
AÇÕES DENTRO E
FORA DA EMPRESA
PARA IMPULSIONAR A
CONSTRUÇÃO DE UM
MUNDO SUSTENTÁVEL



IMPACTO DO VAREJO NO MEIO AMBIENTE

Uso de água e poluição

Práticas agrícolas

Embalagens

Eficiência energética

Impacto INDIRETO ao Meio-Ambiente: 92%

DIRETO: 8%

Poluição industrial

Pescados

Energia, materiais e métodos construtivos

Transporte

NOVOS COMPROMISSOS

No início de 2008, o presidente mundial do Wal-Mart, Lee Scott, anunciou o compromisso da empresa de liderar esforços para adotar medidas que façam diferença tanto para os negócios como para o mundo. A companhia pretende atuar sobre temas como mudança climática, desigualdade socioeconômica, racionamento de água, infra-estrutura e a disputa pelo petróleo internacional.

Na busca por caminhos de ação, Scott propôs uma interpretação mais ampla à missão da empresa de **vender por menos para que as pessoas vivam melhor**. A ampliação significa ajudar os consumidores a reduzir gastos com energia. Ao aplicar a idéia ao tema de energia, o Wal-Mart poderá ajudar os clientes a reduzir o consumo e os gastos. O primeiro desafio nesta área é mudar o panorama atual e tornar mais acessíveis os produtos de menor impacto ambiental. Durante 2008, o grupo vai trabalhar em parceria com seus fornecedores para garantir a redução de preços em artigos de baixo consumo de energia.

O Wal-Mart concentrará esforços para melhorar os padrões ambientais, éticos e sociais dos fornecedores. Favorecerá aqueles que aceitarem o desafio e se comprometerem com a qualidade e a sustentabilidade de

seus produtos, mesmo que isso represente pagar mais por eles.

Em seu discurso, Scott apresentou planos de trabalhar com fornecedores para tornar os produtos da categoria de maior consumo de energia 25% mais eficientes no prazo de três anos. Citou, ainda, uma proposta de mudança mais abrangente. Como muitas das fábricas que fornecem produtos para o Wal-Mart também vendem para outras empresas, Scott defende a adoção de um protocolo conjunto de padrões sociais e ambientais que satisfaça outros varejistas mundiais. Com parâmetros uniformes ficará mais fácil assegurar o compromisso dos fabricantes e fiscalizar o cumprimento das normas.

A empresa reconhece que é muito grande o desafio de assegurar os padrões entre seus fornecedores. Por isso, vai trabalhar em conjunto com o CIES (sigla do francês *Comité International d'Entreprises à Succursales*, ou Comitê Internacional de Redes Varejistas de Alimentos) para atingir essa meta. Lee Scott convidou todas as grandes redes de varejo para se juntarem ao Wal-Mart e ao CIES e se comprometeu a reunir-se com os presidentes de varejistas concorrentes para pedir que os fornecedores adotem medidas socioambientais responsáveis.

METAS MUNDIAIS DO GRUPO		EXECUÇÃO NO BRASIL PLATAFORMAS DE SUSTENTABILIDADE	
Construções, Energia, Água	Rede atual de lojas 20% mais eficientes em sete anos (estabelecida em 2005)	Lojas e Centros de Distribuição sustentáveis	Neutralização de carbono
	Novas lojas 30% mais eficientes em quatro anos (estabelecida em 2005)		
	Frota de veículos 50% mais eficiente em dez anos (estabelecida em 2005)	Cadeia logística sustentável	Funcionários conscientes
Resíduos	Reduzir em 25% os resíduos sólidos em 3 anos (estabelecida em 2005)	Reciclagem e Lixo Zero	Clientes conscientes
		Embalagens sustentáveis	
Produtos	Ter 20% da cadeia de abastecimento alinhada em três anos (estabelecida em 2005)	Produtos sustentáveis	Escritórios sustentáveis
	Produtos que consumam 25% menos energia em três anos (estabelecida em 2008)	Clube dos Produtores	

