



## Ficha de Inscrição do 17º Prêmio Expressão de Ecologia

OBS: Apresentação obrigatória na primeira página do case



### Informações cadastrais

- a) Identificação: **empresa**
- b) Nome: **Wal-Mart Brasil**

### Informações sobre o projeto e gestão ambiental

- a) Categoria: **Controle da Poluição**
- b) Título: **Consumo consciente de sacolas plásticas**
- c) Número de funcionários renumerados:
- d) Número de voluntários:
- e) Quantas pessoas já foram beneficiadas: **Comunidade em geral**
- f) Parceiros: -
- g) Resumo do case: **A distribuição de sacolas plásticas pelo varejo aos clientes tem um impacto ambiental devido à destinação inadequada das sacolas após seu uso. A rede varejista, dentro da sua estratégia de sustentabilidade, elabora e executa projetos com o objetivo de mitigar o impacto da operação de suas lojas no meio ambiente. Desta forma, desenvolve um programa que envolve diversas ações para incentivar o consumo consciente de sacolas plásticas e, assim, reduzir o seu consumo.**
- h) Descreva outras boas práticas adotadas: **Desde 2005, a empresa orienta-se por metas ambientais globais, organizadas em três pilares: Clima e Energia, Resíduos e Produtos.**

## CASE CONSUMO CONSCIENTE DE SACOLAS PLÁSTICAS



### 1. EMPRESA

A história do Walmart começou na década de 1960, quando Sam Walton e sua esposa, Helen, já experientes na administração de supermercados, identificaram a demanda por um novo formato de varejo. Em 1962 foi inaugurada a primeira loja Walmart, em Rogers, no estado de Arkansas. Dez anos depois, já com 15 unidades, a companhia lançou ações na bolsa de valores de Nova York e obteve o capital necessário para ampliar ainda mais os negócios. A expansão internacional da empresa começou em 1991 e continua até hoje.

#### **Walmart Brasil**

O Walmart começou a operar no Brasil em 1995, com a abertura do Sam's Club em São Caetano do Sul (SP), e nos anos seguintes estendeu sua atuação para o Estado de São Paulo e também Paraná, Minas Gerais e Rio de Janeiro. O ano de 2004 marcou a chegada ao Nordeste e uma importante ampliação: com a aquisição da rede Bompreço, a rede saltou de 26 para 144 unidades.



Mais do que incorporar as lojas, a companhia absorveu seus traços regionais e manteve as bandeiras e as boas práticas. O mesmo modelo foi utilizado em 2005, quando a empresa adquiriu a divisão de varejo do grupo Sonae no Brasil, com 140 lojas na Região Sul.

Atualmente são nove bandeiras distintas – Walmart, Sam's Club, Bompreço, Hiper Bompreço, TodoDia, Maxxi Atacado, Mercadorama, BIG e Nacional –, que se adaptam às particularidades de diferentes públicos em todo o País. A companhia possui mais de 360 unidades, distribuídas em 18 estados e no Distrito Federal\*. Muitas são acompanhadas de serviços como farmácias, restaurantes, fotocenters e cafeterias. Além disso, a rede também atua no Brasil com postos de combustível.

Os clientes contam, ainda, com o canal eletrônico de comercialização ([www.walmart.com.br](http://www.walmart.com.br)), criado em 2008. No Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná\*, representantes comerciais do Maxxi Distribuição visitam e abastecem pequenos comerciantes.

Os Centros de Distribuição próprios estão espalhados pelo Sul, Sudeste e Nordeste, em locais estratégicos para reduzir distâncias e diminuir o impacto do transporte no meio ambiente. Há ainda operadores logísticos especializados somente em perecíveis. Para coordenar as operações e administrar toda a companhia, a estrutura corporativa é formada pelo escritório central, em Barueri (SP) e escritórios em Curitiba, Porto Alegre, Recife, Salvador e Brasília.

## **2. VISÃO DE SUSTENTABILIDADE**

No Walmart, a sustentabilidade é parte integrante das diretrizes corporativas da empresa, potencializando o desempenho econômico por meio de uma conduta social e ambientalmente correta.

Esse conceito orienta a busca por alternativas e novas abordagens de negócios, alinhando o foco na produtividade, redução de custos, engajamento e melhoria dos relacionamentos com os diferentes públicos estratégicos, no esforço para reduzir os impactos ambientais das operações e fomentar o desenvolvimento social e econômico das comunidades. Com o objetivo de atuar de acordo com o seu compromisso global de sustentabilidade, a companhia ajusta e aperfeiçoa anualmente suas estratégias, em um processo baseado na aprendizagem contínua e na atenção às transformações do mercado.

No setor de varejo, as atividades da empresa representam cerca de 8% do impacto direto sobre o meio ambiente, e o restante se distribui entre outros agentes da cadeia de valor, como os fornecedores. Por meio do relacionamento com seus públicos, o Walmart busca estimular positivamente toda a cadeia, para a adoção dos princípios de sustentabilidade, e promove oportunidades para que cada um faça a sua parte.

Com relação aos fornecedores, fomenta práticas compatíveis com seu comprometimento. Internamente, sensibiliza os funcionários e os capacita a colaborar efetivamente com a política adotada. Ao mesmo tempo, articula projetos de engajamento dos clientes e da comunidade local, além de manter um diálogo ativo e ações em parceria com o poder público e organizações não-governamentais.

### **3. CASE**

#### **Título**

Consumo consciente de sacolas plásticas

#### **Principal motivação**

A distribuição de sacolas plásticas pelo varejo aos clientes tem impacto ambiental devido à destinação inadequada das sacolas após seu uso. A rede varejista, dentro de sua estratégia de sustentabilidade, elabora e executa projetos com o objetivo de mitigar o impacto da operação de suas lojas no meio ambiente. Desta forma, desenvolve um programa que mantém diversas ações para incentivar o consumo consciente de sacolas plásticas e, assim, reduzir o seu consumo.

#### **Metodologia**

A implementação gradual dos projetos de uso racional de sacolas plásticas permitiu a adequação operacional dos sistemas para cada localidade. Percebeu-se também a necessidade de um trabalho de conscientização dos clientes para que haja mudança de hábitos. Para ser efetiva, a ação precisava começar internamente – por isso a realização de treinamento dos funcionários para melhor aproveitamento das sacolas plásticas na hora de empacotar as compras. Paralelamente, foram envolvidos outros públicos formadores de opinião que pudessem reforçar a mensagem do consumo consciente.

#### **Descrição**

A destinação inadequada de sacolas plásticas após a sua utilização é responsável por graves problemas de poluição ambiental em todo o mundo. A empresa tem consciência de sua participação neste processo e definiu como meta reduzir o uso de sacolas plásticas em 50% até 2013 nas suas lojas no Brasil.

Em busca de soluções eficientes para alcançar a ousada meta de reduzir o consumo pela metade em cinco anos, foi lançado um programa de redução do uso de sacolas plásticas, que compreende uma série de ações. Em 2008, foi realizado projeto-piloto em três lojas de Curitiba, no qual foram apresentadas aos clientes alternativas ao uso de sacolas plásticas. Dentre as diversas opções, como caixas de papelão e sacolas de papel, a



sacola de algodão foi a mais aceita e, portanto, escolhida para ser utilizada em todas as unidades da rede. Foi adotada a sacola de algodão cru, com os dizeres "Eu faço a diferença. Uso sacola retornável". As peças, hoje comercializadas a R\$ 2,50\*, foram distribuídas aos 75 mil funcionários\* do Walmart para estimular o seu uso internamente. Em um ano foram vendidas 2 milhões de peças.

O projeto prosseguiu com o treinamento dos funcionários para melhor aproveitamento das sacolas plásticas, colocando um item a mais na hora de empacotar. Para evitar o desperdício, os caixas passaram a ter um porta-sacolas que libera uma embalagem por vez, restringindo o uso indiscriminado. E, para evitar que o material se transforme em lixo, a empresa estimula a reciclagem por meio das estações instaladas nas lojas.

Em busca de inovação, foi lançado em dezembro de 2008 no Nordeste o programa que oferece descontos financeiros para os clientes que não utilizam sacolas plásticas. Em maio de 2009 a iniciativa chegou aos três Estados do Sul. O desconto é calculado automaticamente nos caixas de pagamento e corresponde a R\$ 0,03 a cada cinco itens adquiridos. Numa compra de 200 itens, por exemplo, 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.

A empresa já deu mais de R\$ 273 mil em descontos e evitou o uso de 9,1 milhões\* de sacolas plásticas desde o início do programa, que começou em dezembro de 2008 em lojas de Recife e Salvador. Hoje a ação está presente em todo o Nordeste e nas lojas do Sul.

Ao se comparar janeiro a agosto de 2007 ao mesmo período de 2009, verifica-se uma redução de 8,5% no consumo de sacolas plásticas nas lojas da rede no País, o que representa cerca de 50 milhões de sacolas.

Em busca da conscientização dos clientes para a necessidade de mudar seus hábitos, a empresa apoia campanhas de mídia criadas nessa direção e participa de discussões, fóruns e debates que valorizam o consumo consciente e buscam soluções inovadoras para o desenvolvimento dos negócios num formato mais sustentável.

## **Duração**

O projeto começou em 2008 e é acompanhado continuamente pela equipe de Sustentabilidade do Walmart com a finalidade de propor melhorias. O projeto tem metas definidas até 2013, mas deve prosseguir após esta data, visto que a conscientização para a sustentabilidade deve ser algo perene.

Janeiro a abril 2008 – Realização de projeto-piloto em 3 lojas de Curitiba, sendo oferecidas aos clientes alternativas ao uso de sacolas plásticas.

Maio 2008 – Adoção da sacola de algodão por ter sido a alternativa preferida pelo cliente. Comercialização das peças em lojas da Grande São Paulo e Paraná.



Agosto a dezembro 2008 – Treinamento dos funcionários sobre consumo consciente e melhor uso das sacolas no acondicionamento dos produtos.

Dezembro 2008 – Implementado o programa de desconto para clientes que não usam sacola plástica em lojas de Recife e Salvador.

Mai 2009 – Programa de desconto para clientes expande-se para as lojas do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.

## **Participação**

Todos os clientes são convidados a participar desta mudança de atitude a favor de um mundo melhor para se viver. Para engajá-los ainda mais, a empresa promove a distribuição de sacolas em inaugurações de supermercados e em alguns apoios a projetos de educação ambiental. Para envolver o público interno, a empresa entregou uma sacola retornável a cada funcionário. Para os que atuam nas lojas, também foi ministrado treinamento para o consumo consciente e racionalização do uso das sacolas plásticas.

A ação da empresa inclui a participação em debates, palestras e fóruns de discussão para disseminação do conceito do consumo consciente e uso racional das sacolas plásticas. Foi realizado prêmio para estudantes a fim de valorizar projetos direcionados para ações sustentáveis no varejo. Do ponto de vista global, há uma troca de informações com a rede em outros países para a troca de experiências e busca de soluções viáveis à realidade de cada localidade.

## **Resultados**

As ações são acompanhadas por meio dos números que mostram: volume de vendas de sacolas retornáveis, volume de descontos dados efetivamente nos caixas e volume de sacolas plásticas consumidas nas lojas da rede. A meta é atingir a redução de 50% do consumo de sacolas plásticas da rede num período de 5 anos, prazo que expira em 2013.

Em vigor em todas as lojas do Nordeste e do Sul (mais de 280 unidades\*), o programa de descontos em sacolas já tirou do meio ambiente mais de 9,1 milhões de sacolas e concedeu mais de R\$ 273 mil\* em desconto para os clientes.

Desde o lançamento da campanha de sacolas retornáveis, em maio de 2008, há cerca de 2 milhões\* de sacolas retornáveis da empresa em circulação em todo o País.

Ao se comparar janeiro a agosto de 2007 ao mesmo período de 2009, verifica-se uma redução de 8,5% no consumo de sacolas plásticas nas lojas da rede no País, o que representa cerca de 50 milhões de sacolas.

## Considerações finais

O uso racional de sacolas plásticas deve ser analisado dentro do conceito do consumo consciente dos recursos. Ao desenvolver as ações, a empresa inevitavelmente tem ganhos financeiros pela redução da compra e uso de insumos – no caso, a sacola plástica. Mas o ganho maior vem da possibilidade de encontrar caminhos inovadores para manter o bom desempenho dos negócios e garantir a sua perenidade, dentro de um cenário que aponta para a escassez de recursos. Este é o fator principal a ser considerado, e as soluções encontradas devem ser replicadas tendo em vista a abrangência das questões envolvidas: recursos naturais, meio ambiente, nova economia, a sociedade e o planeta.