

Resultado prático logo no primeiro dia

Walmart soma mais uma ação a suas boas práticas, ao se comprometer a vender peixes da Amazônia

Gabriel Arcanjo Nogueira

O presidente do Walmart Brasil, Héctor Nuñez, comprometeu-se, logo no primeiro dia de debates em Manaus, a vender peixes da Amazônia em suas lojas em todo o país. Nuñez atendeu a uma sugestão do governador do Amazonas, Eduardo Braga, anfitrião do Fórum Internacional de Sustentabilidade. Atitude coerente no evento que discutiu ações de preservação da floresta amazônica e ações de sustentabilidade.

Segundo Braga, o peixe é o produto que mais gera empregos para a população que vive na região. "Esta é a maior respos-

ta do Fórum para quem está lá na floresta", disse o governador.

Ambos participaram de debate com outros 16 empresários sobre "A Responsabilidade de Empresas em uma Economia Sustentável". No encontro, Nuñez garantiu também que vai estudar a possibilidade de comprar R\$ 20 milhões em cotas da Fundação Amazônia Sustentável, que representa 2 mil Bolsas-Família que atendem à população da região.

Um dos pontos mais debatidos entre os empresários foi a importância da participação do capital privado na construção

de uma economia sustentável. "Boas práticas sustentáveis serão imprescindíveis não só para o negócio, mas para a nossa sobrevivência", afirmou Braga.

"Hora do Planeta"

O Walmart foi um dos grupos que aderiu à "Hora do Planeta", que neste ano coincidiu com o segundo dia do Fórum, das 20h30 às 21h30. Todas as lojas do grupo no país tiveram parte de sua área de vendas apagada em adesão ao ato simbólico, promovido no mundo todo pelo WWF.

Governos, empresas e a população são convidados nessa iniciativa a demonstrar sua preocupação com o aquecimento global e as mudanças climáticas repetindo esse gesto. O presidente do Walmart Brasil explicou: "Nossas lojas são um excelente canal para fazer com que a mensagem chegue à população. São mais de 2 milhões de pessoas passando pelas unidades todos os dias, sem contar fornecedores e funcionários, que, no nosso caso, são mais de 80 mil".

É o segundo ano consecutivo em que o Walmart reduziu em 30% a iluminação das lojas nos salões de vendas, além de apagar letreiros de fachadas e internos e os eletrônicos de mostruário. A área administrativa das unidades, centros de distribuição e escritórios ficaram 100% apagadas durante aquela hora.

Além de fazer a sua parte, a empresa utilizou os sistemas de rádio e TV dos hipermercados e os tabloides, entre outros canais de comunicação, visando atingir pelo menos 4 milhões de pessoas com sua mensagem pela saúde do planeta. ■



Frederico Uchiera

Nuñez, do Walmart: peixe amazônico em suas unidades e luzes apagadas pelo planeta