



*“Seja a mudança
que você deseja
ver no mundo.”*

Mahatma Gandhi

Diversidade Geográfica:

Wal-Mart de todos os tipos, para todos os gostos

O Wal-Mart tem como valor principal atender os seus clientes de maneira que eles encontrem tudo o que necessitam em suas lojas. Por isso, cada unidade da rede serve a sua região, respeitando as diferentes realidades e características de consumo locais. Com unidades em quatro regiões brasileiras, a empresa opera com cinco diferentes formatos de lojas e nove bandeiras: hipermercados (Supercenter, Hiper Bompreço e BIG), supermercados (Nacional, Mercadorama e Bompreço), mercado de vizinhança (Todo Dia), atacado (Maxxi Atacado e Maxxi Distribuição) e o SAM'S CLUB. Além disso a empresa dispõe do serviço de vendas on-line (em algumas regiões do Sul), além de farmácias, postos de gasolina, cafés e restaurantes.

Quando iniciou suas atividades no Brasil em 1995, o Wal-Mart investiu na abertura do SAM'S CLUB e no mesmo ano inaugurou lojas no formato hipermercado, com a bandeira Wal-Mart Supercenter. Nos anos seguintes, ampliou sua operação para outros Estados no Sudeste e no Sul do País. A partir de 2004, a empresa deu um importante passo para ter atuação nacional, com a aquisição de 118 lojas e três centros de distribuição da rede Bompreço, líder na região Nordeste do País.



Em 2005, ao adquirir os ativos de varejo da Sonae Distribuição Brasil, com 140 lojas e mais dois Centros de Distribuição nas regiões Sul e Sudeste do País, o Wal-Mart consolidou-se entre as três maiores redes de supermercados, e mantém um crescimento contínuo no Brasil. O Wal-Mart Brasil encerrou o ano de 2006 com 302 lojas, distribuídas por 17 Estados e no Distrito Federal.

Mais de 113
MAIS DE 60 LABORATÓRIOS DE REVELAÇÃO
DE IMAGENS DIGITAIS E 113 FARMÁCIAS EM TODO O BRASIL.
farmácias



HIPERMERCADOS

As lojas Wal-Mart Supercenter, Hiper Bompreço e BIG atuam no formato de hipermercados, com uma grande variedade de itens e uma galeria de serviços de conveniência. O objetivo é oferecer tudo o que o cliente precisa num mesmo lugar, entre produtos e serviços.

▲ **95 lojas**

★ **3 bandeiras**

(Supercenter, BIG e Hiper Bompreço)

Conceito loja dentro de loja — tudo em um só lugar

▮ Sortimento: **45 mil a 65 mil itens**

□ Tamanho Médio: **7.500 m²**

WAL*MART
SUPERCENTER

Regiões Sudeste, Centro-Oeste e Sul;

Hiper
bompreço

Região Nordeste;

BIG

Regiões Sul e interior do Estado de São Paulo.

SUPERMERCADOS

As lojas Bompreço, Mercadorama e Nacional atuam no formato tradicional de supermercado, com destaque para as seções de produtos perecíveis. As lojas são reconhecidas por incorporar modernas tecnologias, qualidade na comunicação visual e gerenciamento das mercadorias.

▲ **160 lojas**

★ **3 bandeiras**

(Mercadorama, Bompreço e Nacional)

▮ Sortimento: **15 mil itens**

□ Tamanho Médio: **1.200 a 2.200 m²**

bompreço

Região Nordeste;

Nacional

Rio Grande do Sul;

Mercadorama

Paraná.

TODO DIA

O Todo Dia é uma loja que oferece um sortimento reduzido de itens a preços mais agressivos com foco para atender o público de baixa renda. A variedade de produtos é definida de acordo com as necessidades de cada região — aproximadamente dois terços dos produtos oferecidos são alimentícios. Algumas lojas contam também com serviço de farmácia.

▲ **16 lojas**

★ **1 bandeira**

(Todo Dia)

Foco nos clientes de baixa renda

▮ Sortimento: **5 mil itens**

□ Tamanho Médio: **400 a 2.200 m²**

TodoDia
Preço baixo perto de você.

Atuação nacional.

ATACADO - MAXXI ATACADO E MAXXI DISTRIBUIÇÃO

O Maxxi Atacado atua com o conceito de auto-serviço, com produtos de marcas próprias e embalagens multipack, atendendo a segmentos específicos de empresas e pessoas físicas.

O Maxxi Distribuição é um canal de abastecimento que visa a apoiar ao máximo o empreendimento dos seus clientes. Nesse conceito de negócio, a equipe de vendedores se desloca até o cliente, proporcionando atendimento personalizado.

▲ **11 lojas e 1 distribuidor**

★ **1 bandeira**

(Maxxi)

▮ **Multi-packs e grandes volumes**

□ Tamanho Médio: **7.500 m²**

Maxxi

Atuação nacional.



ATACADO - SAM'S CLUB

O SAM'S CLUB é uma divisão atacadista do Wal-Mart, em que é necessário ser sócio para comprar. Direcionadas para comerciantes e consumidores que buscam exclusividade, as lojas deste formato disponibilizam produtos em grandes quantidades e embalagens especiais, além de importados, gourmet, eletroeletrônicos e confecção.

▲ 19 clubes

Foco em consumidores de maior poder aquisitivo e comerciantes

▮ Sortimento: **4.500 mil itens**

□ Tamanho Médio: **5.440 m²**



Atuação nacional.

OUTROS SERVIÇOS

Além das lojas de varejo e de atacado, o Wal-Mart torna cada unidade o lugar mais completo para compras, agregando às lojas serviços como farmácias, drogarias, laboratórios de revelação de imagem, restaurantes, frigorífico, cafés e postos de gasolina.



VENDAS ON-LINE

Atualmente, o Wal-Mart Brasil trabalha com vendas on-line em três endereços eletrônicos: www.big.com.br, www.nacional.com.br e www.mercadorama.com.br, disponíveis em Porto Alegre, Curitiba, Florianópolis, São José, Joinville e Biguaçu. A empresa deverá ampliar o atendimento pela internet para todo o País.



9 bandeiras diferentes

O WAL-MART OPERA COM CINCO FORMATOS E NOVE BANDEIRAS DIFERENTES.