



US\$ 344,9  
BILHÕES DE  
FATURAMENTO

## Wal-Mart no Mundo

O Wal-Mart tem como missão vender por menos para que as pessoas vivam melhor. A rede atua sob uma diversidade de nomes e bandeiras ao redor do mundo, em diferentes formatos de negócio — ao todo são mais de **6.700 lojas em 14 países e cerca de 1,8 milhão de funcionários**. A estratégia internacional é cada vez mais focar nas necessidades regionais, com espaço para as marcas, produtos e talentos das localidades onde o Wal-Mart está presente.



O crescimento da empresa no mercado em que atua e a conseqüente visibilidade das suas ações aumentam a responsabilidade por seus projetos e estratégias. Ciente de sua importância nas comunidades onde está presente, o Wal-Mart traz a sustentabilidade consolidada como diretriz mundial. Este caminho prevê a adoção de um modelo de negócio com práticas responsáveis, que promovam a redução de impactos ao meio ambiente e, principalmente, permitam a qualidade de vida da sociedade atual e das futuras gerações.

A rede sempre esteve relacionada às melhores práticas pelo foco nas necessidades do cliente e por sua forte política de Preço Baixo Todo Dia. Na busca pelo desenvolvimento sustentável, a empresa investe, constantemente, na melhoria das relações com os públicos de interesse, no estímulo ao diálogo com parceiros, na promoção da diversidade de seu público interno e na oferta de produtos mais saudáveis. O caráter sócio-ambiental alinha o Wal-Mart às principais tendências mundiais também de mercado e inclui metas ousadas: redução do uso de recursos como energia e água, reciclagem, redução do desperdício e promoção de produtos sustentáveis.



Para melhorar as construções e o uso de energia e água, as unidades precisam se tornar 25% mais eficientes em sete anos. A rede deve diminuir em 25% a quantidade de resíduos sólidos emitidos até 2010, quando as cadeias de fornecimento devem estar alinhadas às melhores práticas — e ter 20% dos itens compostos por produtos sustentáveis. Só nos Estados Unidos, serão investidos US\$ 500 milhões para adaptar as mais de 4 mil lojas do país e fazer com que utilizem 30% menos energia até 2010.

*“Não se pode apenas continuar a fazer as coisas do jeito que elas deram certo uma vez. Tudo ao seu redor está em constante mudança. Para ser bem sucedido, é preciso estar à frente das mudanças”.*

Sam Walton

O objetivo agora é garantir o crescimento sustentável, agregando valor para a sociedade como um todo, sendo referência em ações de responsabilidade social e redução do impacto ambiental. Isto significa que a sustentabilidade está incorporada no modelo de negócio da empresa, que busca alcançar resultados sociais, ambientais e econômicos.

As vendas do Wal-Mart no mundo, de fevereiro de 2006 a janeiro a 2007, fecharam em aproximadamente **US\$ 345 bilhões**, o que representa um aumento de **10% em comparação com 2005**. A área internacional foi responsável por **29,3%** do crescimento das vendas, em função da consolidação da empresa no Japão e na América Central e da aquisição dos ativos de varejo da Sonae Distribuição do Brasil, no País.



**DE REDUÇÃO DOS RESÍDUOS SÓLIDOS EMITIDOS ATÉ 2010**

