

# A EMPRESA

WALMART  
SUPERCENTER

11

INVESTIMENTOS NO BRASIL  
VALORES SÓLIDOS  
PRÁTICAS RECONHECIDAS

## A EMPRESA

# Atuação mundial

**Wal-Mart possui mais de 7.600 lojas, em países da América, Ásia e Europa**

Wal-Mart Brasil integra uma rede de varejo global que tem como princípio vender produtos de qualidade a preços baixos. Com sede nos Estados Unidos, a companhia atua também na Argentina, Canadá, Chile, China, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Índia, Japão, México, Nicarágua, Porto Rico e Reino Unido. As mais de 7.600 lojas empregam cerca de 2 milhões de funcionários

e atendem aproximadamente 200 milhões de consumidores por semana. Em todos os mercados, mantém a missão de proporcionar uma economia real para que os clientes possam utilizar na melhoria da sua qualidade de vida os recursos poupados.

A história da companhia 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 Wal-Mart, 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 companhia começou em 1991 e continua até hoje. A cada avanço, o Wal-Mart contribui para o

desenvolvimento de novas regiões e novos segmentos de mercado, sem perder sua unidade cultural. Ao mesmo tempo, respeita as particularidades locais onde atua e busca trabalhar em sintonia com a comunidade local. Por isso, procura estratégias diferentes de inserção em cada mercado, muitas vezes por meio de aquisições ou parcerias com empresas já consolidadas. Embora mantenham operações independentes, as filiais integram uma rede

que se comunica e dissemina produtos, serviços e boas práticas. A companhia está presente em três continentes, englobando cerca de 40 bandeiras.

Na América Latina, um dos mais recentes avanços foi a aquisição da cadeia de supermercados chilena D&S, a maior do país. A operação foi concluída em janeiro de 2009 e faz parte dos planos de expansão internacional da rede, especialmente na América Latina.



## 2 milhões

### DE PROFISSIONAIS TRABALHAM NA REDE

PAÍSES	LOJAS	FUNCIONÁRIOS
Argentina	28	8.805
Brasil	345	74.456
Canadá	312	79.461
Chile	209	34.500
China* (Wal-Mart) (Trust-Mart)	249 103	54.458 35.948
Costa Rica	166	9.246
El Salvador	75	4.551
Estados Unidos	4.259	1.400.000
Guatemala	161	10.010
Honduras	51	2.699
Índia**	1	170
Japão	371	29.853
México	1.221	156.623
Nicarágua	54	1.808
Porto Rico	56	13.969
Reino Unido	360	169.100

Obs: data-base 31 de dezembro de 2008

\* inclui 35% das ações da rede Trust-Mart, com 103 lojas no país. funcionários da Trust Mart  
\*\* joint venture com a Bharti Enterprises. A previsão é de empregar cerca de 5 mil pessoas nos próximos sete anos.

# Wal-Mart Brasil

## Trajatória de crescimento em quatro regiões

Wal-Mart começou a operar no Brasil em 1995, com a abertura do SAM'S CLUB em São Caetano do Sul, na Grande São Paulo, e nos anos seguintes estendeu sua atuação no estado e também para o 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 do Brasil, com 140 lojas na região Sul.

Atualmente são nove bandeiras distintas - Wal-Mart Supercenter, SAM'S CLUB, Bompreço, Hiper Bompreço, Todo Dia, Maxxi, Mercadorama, Big e Nacional -, que se adaptam às particularidades de diferentes públicos em todo o país. A companhia

possui 345 unidades, distribuídas em 18 estados e no Distrito Federal. Muitas são acompanhadas de serviços como farmácias, restaurantes e fotocenter.

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 e em Santa Catarina, representantes comerciais do Maxxi Distribuição visitam e abastecem supermercados e minimercados, em um serviço oferecido aos pequenos comerciantes.

Os nove Centros de Distribuição, sendo quatro próprios, estão espalhados pelo Sul, Sudeste e Nordeste, em locais estratégicos para reduzir distâncias e diminuir o impacto de transporte no meio ambiente. Há ainda quatro 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.

## INVESTIMENTOS

Em 2008, foram inauguradas 34 novas lojas. Entre inaugurações, reformas e adaptações a empresa aplicou cerca de R\$ 1,2 bilhão, seu maior investimento desde a chegada ao Brasil. O faturamento anual alcançou R\$ 16.952.431.857,39, com crescimento de 13% em relação a 2007. Os planos de expansão para 2009 envolvem a abertura de 90 novas lojas, com a geração de 10 mil empregos e investimento de R\$ 1,6 bilhão.

A estratégia de crescimento engloba toda a rede, mas, desde 2006, o Wal-Mart vem reforçando o foco no atendimento à po-

pulação de baixa renda, com ênfase nas bandeiras Todo Dia (varejo) e Maxxi (atacado), desenhadas para oferecer produtos de qualidade a preços ainda mais baixos.

O Programa de Genéricos nas farmácias e a abertura, em 2008, de três Lojas da Comunidade - que incluem um Centro Comunitário para a prestação de serviços públicos - também fazem parte desse comprometimento e estão alinhados com as estratégias de negócios da companhia. As práticas de responsabilidade ambiental conduzem a operação em toda a rede e complementam as estratégias de sustentabilidade.

**R\$ 1,2 BILHÃO FOI APLICADO NA ABERTURA DE 34 LOJAS E NA REFORMA DE UNIDADES EXISTENTES**

FORMATO	BANDEIRA	LOJAS
Hipermercado	Hiper Bompreço	32
	Wal-Mart Supercenter	36
	Big	37
Supermercado	Bompreço	63
	Nacional	69
	Mercadorama	24
Mercado de Vizinhança	Todo Dia	39
Atacado	Maxxi	23
	SAM'S CLUB	22



## Histórico da rede no Brasil

1995

O Wal-Mart chega ao Brasil com cinco unidades (SAM'S CLUB e Wal-Mart Supercenter) na Grande São Paulo

1998

Começa a expansão para o Paraná

2000

São inauguradas as primeiras lojas em Minas Gerais e no Rio de Janeiro

2004

Com a compra dos ativos do Bompreço, a empresa acrescenta 118 lojas à sua rede e começa a atuar no Nordeste

2005

As operações se estendem para o Espírito Santo, Distrito Federal e Goiás, e a rede Bompreço é ampliada. A empresa adquire a divisão de varejo do grupo Sonae no Brasil, com 140 lojas, nos três estados do Sul, e quatro bandeiras (Big, Nacional, Mercadorama e Maxxi). O Instituto Wal-Mart é criado para concentrar os investimentos sociais

2006

A rede é ampliada – inaugura 14 novas unidades – e inicia as operações do SAM'S CLUB no Nordeste

2007

O ano é marcado pela abertura de 19 novas lojas e pela modernização da rede, que incluiu a reforma de 113 lojas e a ampliação do Centro de Distribuição da Bahia.

2008

A empresa inaugura 42 lojas (34 novas lojas e 8 conversões) e estende sua atuação ao Mato Grosso do Sul. O Wal-Mart Supercenter de Campinho (RJ) é um marco no programa de ecoeficiência. Com as Lojas da Comunidade, inauguradas no Nordeste, a companhia lança um novo modelo de negócios, aliando o comércio a um Centro Comunitário de serviços



Todo Dia: um dos formatos que mais cresce no Brasil

## Princípios

### Valores sólidos e boas práticas orientam a atuação

#### ÉTICA E CONFORMIDADE

A empresa mantém comitês específicos para tratar dos assuntos relacionados à ética e à conformidade. O Comitê de Conformidade é formado por 17 executivos e destina-se a temas técnicos relacionados a todo tipo de legislação que se aplica aos negócios da companhia.

O Comitê de Ética é composto pela liderança sênior da empresa e tem no Código de Ética

sua principal referência. O documento foi atualizado em 2008 com a contribuição de sugestões provenientes de todas as empresas do grupo ao redor do mundo. No Brasil, o Departamento de Ética e Conformidade da companhia adaptou o novo texto à cultura local com o objetivo de estimular todas as lideranças a conhecê-lo e praticá-lo. O novo Código de Ética será lançado no primeiro semestre de 2009 e divulgado a todos os funcionários, inclusive em processos de reciclagem realizados ao longo do ano.

#### MISSÃO

Vender por menos para as pessoas viverem melhor

#### VISÃO

Ser o melhor varejista do Brasil na mente e no coração dos consumidores

#### ESTRATÉGIAS CORPORATIVAS

- Ser a melhor opção e experiência de compra para o consumidor
- Foco em custo baixo e preço baixo
- Crescer de forma lucrativa e contínua
- Engajar e motivar funcionários
- Liderar em Sustentabilidade
- Ser o melhor canal entre o fornecedor e o consumidor

0800 703 39 66 e  
etica@wal-mart.com

CANAIS DE COMUNICAÇÃO DO DEPARTAMENTO DE ÉTICA E CONFORMIDADE, DISPONÍVEIS PARA FUNCIONÁRIOS DE TODO O BRASIL

## CERCA DE 57 MIL FUNCIONÁRIOS PARTICIPARAM DE TREINAMENTO SOBRE INTEGRIDADE E COMBATE À CORRUPÇÃO

### COMBATE À CORRUPÇÃO

Em 2008, todas as unidades da rede passaram por avaliações de risco e cerca de 57 mil funcionários participaram do treinamento sobre Integridade e Combate à Corrupção, feito por meio audiovisual. Nos escritórios, 971 líderes - entre os quais estão os gerentes, os diretores e os vice-presidentes - passaram por capacitações presenciais sobre o tema. A partir de 2009, o programa será estendido a todos os novos funcionários.

Em 2006, a empresa assinou o Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção, articulado pelo Instituto Ethos. Desde 2007, participa do Grupo de Trabalho sobre o tema e, em 2008, passou a patrocinar a iniciativa. Como um dos integrantes do Comitê do Grupo, o Wal-Mart Brasil apoiou a promoção do 1º Workshop Anticorrupção, que reuniu 170 participantes de diversas empresas públicas e privadas e entidades do terceiro setor. Ainda em 2008, patrocinou o 1º Seminário de Ética e Compliance nas Organizações, organizado pela Fundação Getúlio Vargas, que contou com a participação de mais de 350 convidados.

Também patrocinou a edição 2008 do guia "A Responsabilidade Social das Empresas no Processo Eleitoral", realizado pelo Instituto Ethos em parceria com a Transparência Internacional. ★<sup>1</sup>

### GOVERNANÇA CORPORATIVA

O Wal-Mart Stores, Inc. controla todas as filiais da companhia ao redor do mundo. Sediado nos Estados Unidos, tem capital aberto desde 1972 e negocia ações na bolsa de Nova York. O endereço eletrônico [investor.walmartstores.com](http://investor.walmartstores.com)

★<sup>1</sup> GRI G3 SO2, SO3  
★<sup>2</sup> GRI G3 4.1, 4.2, 4.6, 4.9, 4.10

traz mais informações sobre a governança corporativa da empresa.

As operações no país são geridas por uma empresa subsidiária. Apesar de não ter capital aberto, o Wal-Mart Brasil segue as orientações internacionais da matriz e garante o controle de processos por meio de uma auditoria terceirizada. O serviço é prestado pela Ernst & Young e segue os critérios previstos pela Lei Sarbanes-Oxley (SOX), publicada em 2002, que tem como objetivo assegurar a transparência na gestão financeira por meio de mecanismos de verificação e segurança confiáveis.

### GESTÃO

A principal instância de decisão da empresa no Brasil é composta pelo presidente e CEO, por quatro vice-presidentes executivos e por 21 vice-presidentes de áreas específicas. Sete deles se reportam diretamente ao CEO. A estrutura se dedica a definir as diretrizes estratégicas da empresa. Temas que possam gerar conflitos de interesse entre os membros são submetidos aos comitês de Ética e Conformidade.

O avanço na execução do planejamento estratégico é discutido semanalmente pela alta diretoria, e os vice-presidentes se reúnem semestralmente com suas equipes para acompanhar os resultados. O processo de avaliação utiliza ferramentas como o Balance Scorecard e engloba os aspectos econômicos, sociais e ambientais.

Em encontros internacionais realizados duas vezes ao ano, os grupos responsáveis pela alta diretoria de todas as empresas do grupo no mundo alinham as ações estratégicas. ★<sup>2</sup>

## ESTRUTURAS DE DECISÃO



# Reconhecimento

## A atuação do Wal-Mart rendeu diversos prêmios e reconhecimentos em 2008



### INSTITUCIONAL

• O Wal-Mart Brasil foi considerado uma das 20 empresas-modelo em sustentabilidade pelo *Guia Exame de Sustentabilidade*.

• A empresa ocupou a sexta posição no Ranking Benchmarking dos Melhores da Gestão Socioambiental do País, promovido pela BenchMais, com o programa Clube dos Produtores.

• A revista *Casa Claudia* reconheceu o Wal-Mart com o Prêmio Planeta Casa, pelo cobertor de marca própria feito com fibras de garrafas PET recicladas pós-consumo.

• Na categoria varejo, o Wal-Mart Brasil e a Tedesco ganharam o Prêmio Padrão de Qualidade em B2B, concedido pela *B2B Magazine*, pelo projeto de padronização e digitalização do sistema de contratos no departamento jurídico.

### COMUNICAÇÃO

• A empresa foi finalista do Prêmio USP (Universidade de São Paulo), com as ações de Comunicação para Sustentabilidade.

• O Wal-Mart Brasil foi a quinta empresa mais mencionada na mídia nacional sobre o tema sustentabilidade, segundo a *Revista Imprensa*.

• A empresa foi a segunda empresa mais mencionada na mídia nacional, também sobre o tema sustentabilidade, segundo pesquisa DataAberje, que avaliou os principais jornais do país.

• No Prêmio Aberje, o Wal-Mart Brasil foi finalista com as ações de Comunicação para Sustentabilidade, que incluem iniciativas de informação e relacionamento com diversos públicos estratégicos.

### TOP OF MIND

• No Top of Mind 2008 da revista *Amanhã*, a bandeira Big foi a mais lembrada na categoria supermercados - Região Sul e a bandeira Nacional ficou com o segundo lugar na mesma categoria.

### INSTITUTO WAL-MART

• Os projetos "Mulheres de Fibra", "Grãos" e "Pró-Recife", financiados pelo Instituto Wal-Mart, ganharam o Prêmio Parcerias, promovido pela Aliança Interage e Ação Empresarial pela Cidadania.

• O projeto "Canta Brasil", feito em parceria entre a Hershey do Brasil e o Instituto Wal-Mart, foi vencedor do Prêmio Responsabilidade Empresarial promovido pela Parcerias Voluntários de Canoas.



Daniela de Fiori recebe o prêmio Guia Exame de Sustentabilidade