

Carrefour passa Pão de Açúcar e Wal-Mart

ANDRÉA CORDIOLI
DO JORNAL DO COMMERCIO

ABRAS/DIVULGAÇÃO.

Com a compra do Atacadão, em abril de 2005, o Carrefour assumiu a liderança no ranking dos maiores supermercados do Brasil por faturamento, segundo a Associação Brasileira de Supermercados (AbrasEm 2007, a rede francesa registrou faturamento bruto de R\$ 19,257 bilhões, valor 49,17% maior que o apurado em 2006.0 Carrefour não revelou o faturamento do Atacadão em 2007; no ano anterior, havia sido de R\$4,9bilhões.

O resultado do Carrefour superou o registrado pelo Grupo Pão de Açúcar em 2007, de R\$ 18,762 bilhões. A rede da família de Abílio Diniz também foi às compras em 2007: adquiriu, em novembro, 60% do atacadista Assai que, na época, apontava faturamento de R\$ 1,150 bilhão em doze meses.

A receita bruta do Pão de Açúcar em 2007 cresceu 13,98% sobre 2006, o que colocou o supermercado na vice-liderança do ranking.

Já o Wal-Mart caiu da segunda posição para a terceira, com receita bruta de R\$ 15,002 bilhões. Para rede que não fez aquisições em 2007, o crescimento orgânico sobre 2006 foi considerável: 16,21%. "O resultado demonstra que estamos no caminho certo. Investimos em reduzir o custo de vida das pessoas e fomos recompensados", disse o presidente do Wal-Mart Brasil, Héctor Núñez. Em 2007, o Wal-Mart investiu mais de R\$ 1 bilhão e abriu 19 lojas.

MNOVAS 10JAS. Para este ano, o plano de Núñez é inaugurar 36 lojas e realizar o maior investimento do Walt-Mart desde que chegou ao Brasil, há 13 anos: R\$ 1,2 bilhão. Para o presidente da Abras, Sussumu Honda, a tendência é a de que os grandes varejistas invistam para diminuir o porte das lojas. "Com o aumento da renda, o consumidor busca mais variedade de alimentos, sendo que os hipermercados se destacam por outros setores, como eletroeletrônicos e bazar", disse.

Tanto que os supermercados que mais cresceram em 2007 foram aqueles com 10 a 19 check-outs (caixas).

Esses supermercados, que tem até 2 mil metros quadrados e são considerados de porte médio diante dos hipermercados com mais de 50 check-outs, cresceram 6,5% sobre 2006.

Já os supermercados com 5 a 9 check-outs tiveram o segundo maior crescimento, de 4,4%.

"As classes C e D não frequentam tanto os hipermercados, porque muitas vezes precisavam de carro. Por isso, o modelo



“
SUSSUMU HONDA
PRESIDENTE DA ABRAS
Existe tendência pela consolidação das maiores redes. O varejo está crescendo muito e há interesse forte nisso”.

RESULTADO GLOBAL

Rede francesa lucra US\$ 3,5 bilhões

DAS AGÊNCIAS ESTADO E DOW JONES

O Carrefour anunciou nesta quinta-feira que seu lucro líquido global cresceu 1,3% em 2007, para 2,3 bilhões euros (US\$ 3,52 bilhões), ante o lucro de 2,27 bilhões de euros obtido no ano de 2006.

O lucro operacional da rede cresceu 3,4% no ano passado, para 3,29 bilhões de euros, comparado a 3,18 bilhões de euros de um ano atrás, com o rápido crescimento na Ásia e América Latina superando a fraca performance da companhia no seu mercado doméstico, a França.

A família Halley, o maior acionista da companhia, dissolveu ontem seu pacto para permitir que membros individuais vendam suas ações como quiserem. Isso abre a porta para a tomada de controle do grupo pelo

bilionário francês Bernard Arnault e o fundo de investimento Colony Capital, que, associados no consórcio Blue Capital, têm 9,1% da companhia. Eles disseram que planejam "explorar a capacidade do grupo para gerar valor".

O Carrefour também informou que o seu novo foco estratégico será a administração imobiliária. Mas por enquanto os planos para reorganizar os ativos imobiliários permanecem como estão e o anúncio oficial (da reorganização) ocorrerá quando as condições do mercado forem propícias.

O Carrefour anunciou intenção de abrir o capital da nova empresa imobiliária, mas o primeiro pretende levantar entre 1 bilhão de euros a 1,5 bilhão de euros por meio de arranjo privado de ações, provavelmente no quarto trimestre de 2008.

de lojas menores é o que mais cresce hoje", disse Honda.

O Carrefour tem 510 lojas em

1,287 milhão de metros quadrados, o Pão de Açúcar tem 575 lojas com 1,338 milhão de metros

quadrados e o Wal-Mart tem 313 lojas, com 1,305 milhão de metros quadrados.

O supermercado Gbarbosa manteve-se na quarta posição no ranking da Abras, com faturamento bruto de R\$ 1,898 bilhão (+27,47%). No final de 2007, o Gbarbosa foi comprado pela chilena Cencosud. No quinto lugar também não houve alteração: a rede Zaffari e Bourbon, do Rio Grande do Sul, registrou R\$ 1,607 bilhão, com alta de 8,95% sobre 2006.

Os vinte maiores supermercados do Brasil obtiveram no ano passado faturamento bruto total de R\$ 71,705 bilhões.

A Abras não divulgou oficialmente o faturamento total do setor em 2007, mas a alta foi de 5,92% para receita próxima a R\$ 131,4 bilhões.

MAIORES CRESCEM. Os vinte maiores supermercados do País representaram pouco mais da metade do setor em 2007, sendo que em 2006 a fatia era de 48%. Em 2007, três supermercados entraram para a lista dos vinte maiores: Super Muffato (PR), em 10º lugar, Supermercados BH (MG), em 15º, e Zona Sul (RJ), em 17º.

"Essas empresas cresceram muito rápido", comentou Honda. De acordo com ele, nove empresas não estão mais no ranking das vinte maiores porque, desde 1998, foram compradas, como o Sendas, o Sé e Supermercados Vitória.

Na avaliação do presidente da Abras, o ano de 2007 foi marcado por aquisições, que podem se repetir neste ano. "Existe tendência pela consolidação das maiores redes. O varejo está crescendo muito e há interesse forte nisso", avaliou Honda.

Para o executivo, o modelo que mais cresce no País é o cash & carry ou "atacarejo", isto é, uma mistura de atacado com varejo. Esse sistema, explicou ele, tem baixa prestação de serviços e, por isso, seu custo operacional chega a ser a metade do custo dos grandes varejistas, o que implica em preços competitivos.

"As redes no Brasil estão migrando para esse modelo. Essa é a tendência", afirmou. O setor conta com 18 mil empresas, incluindo auto-serviços.

Segundo Honda, o setor supermercadista deve crescer 4,5% neste ano, em ritmo pouco inferior a 2007 função da elevada base de comparação e do aumento dos preços, sobretudo de alimentos.

Em 2007, os alimentos subiram 11,5%, apontando deteriorado negativamente em dois pontos percentuais o volume de vendas. Para este ano, o presidente da Abras acredita que os alimentos continuarão em alta, mas não na mesma proporção que em 2007.