

## **Carrefour vai investir R\$ 1 bilhão no Brasil**

*Valéria Serpa Leite*

O Grupo Carrefour elegeu o Brasil como prioridade máxima e um dos principais motores de crescimento da companhia. O País que já está na terceira posição em importância dentro da varejista, respondendo hoje por algo entre 9% e 10% do faturamento mundial do Grupo, atrás da Espanha, com 16%, e da França, com 45%. "O Brasil está entre as prioridades. Não fazemos sacrifícios para investir no Brasil", afirma o presidente mundial do Carrefour, José Luis Duran, em visita ao País.

Depois de passar por momentos complicados no Brasil entre os anos de 2000 e 2004, as operações brasileiras da rede francesa demonstraram recuperação no ano passado, quando o Carrefour Brasil subiu à primeira posição no ranking de maiores supermercadistas do País. "É um retorno espetacular", qualifica Duran. "Passamos por algumas dificuldades em relação ao modelo comercial, por conta de todas as aquisições que fizemos. Mas nossa performance começou a melhorar em um segundo momento, a partir de 2004", diz.

O ritmo de abertura de lojas é um indicador da melhora. Enquanto entre 2000 e 2004, a rede abriu entre duas e três lojas por ano - perdendo a liderança para o Grupo Pão de Açúcar -, a partir de 2005 e as inaugurações passaram para um número entre sete e oito anualmente. No ano passado já subiu para 13 lojas. Este ano o grupo vai investir € 400 milhões (R\$ 1bilhão) na expansão, o que inclui a abertura de 18 unidades e a aquisição de terrenos, por exemplo. A partir de 2009, a meta do Carrefour é promover a abertura de 20 lojas por ano, sendo dez da bandeira Atacadão, adquirida no ano passado.

Como mercados como o europeu estão maduros e saturados a saída para grandes varejistas como o Carrefour é o crescimento em países emergentes. E não há nada, nem mesmo a inflação que preocupa o mundo, que possa, segundo Duran, reduzir investimentos em abertura de lojas. "Não há razões para frear nosso desenvolvimento", diz, acrescentando que crescimento, em uma empresa como o Carrefour, não é uma decisão que se toma no curto prazo. As vendas, diz o executivo, vão bem, e a inflação até agora não tem causado impacto na performance.

Uma das grandes vantagens da empresa e que a diferencia da companhia de dez anos atrás, é, na opinião de Duran, o portfólio de modelos de negócio. "Éramos uma empresa que trabalhava apenas com hipermercados. Hoje, temos um portfólio equilibrado, com soluções para vários públicos", considera.

O Atacadão, última aquisição do grupo no Brasil, permitiu à rede chegar à classe C e Duran não descarta a possibilidade de levar o modelo de negócio que mistura atacado e varejo a outros países onde o grupo opera. "Equipes de outros países virão observar e aprender o funcionamento do modelo", afirma, ponderando, no entanto, que esta é uma possibilidade para um "futuro distante"

As aquisições embora não descartadas, não são consideradas necessárias. Se existirem oportunidades, serão estudadas, diz Duran.

O faturamento do Carrefour Brasil que chegou a R\$ 19 bilhões no ano passado, deve subir para R\$ 22 bilhões este ano, uma "ambição", segundo o presidente da rede no Brasil, Jean-Marc Pueyo. "Pode ser um pouco mais ou um pouco menos", diz.

Segundo ele, até o final deste ano, 35% das vendas devem ser proporcionadas pelo formato de hipermercados Carrefour; outros 34% do Atacadão e o restante da bandeira Dia % e da oferta de serviços.

A rede do Grupo Carrefour conta hoje com 493 lojas, sendo 112 hipermercados (incluindo 41 unidades Atacadão), 38 supermercados Carrefour Bairro, 297 lojas Dia % e cinco lojas de conveniência.

A performance no Brasil faz com que a companhia não inclua o País nos planos de separar os ativos imobiliários do restante dos negócios, como vai fazer na Europa. "Não há necessidade. As vendas no Brasil estão em pleno crescimento e aqui preferimos ser proprietários", diz Duran. No Brasil, o Carrefour é dono de 75% a 80% dos imóveis de suas lojas.

---

Leia mais:

### **Vendas sobem 1% nos Estados Unidos em maio**

As vendas do setor varejista nos Estados Unidos subiram em maio mais que o dobro do ritmo previsto, após os norte-americanos terem utilizado as restituições do imposto de renda para fazer compras em redes de lojas de produtos eletroeletrônicos e de departamentos e os preços recorde da gasolina terem inchado as receitas das redes de postos de gasolina.

As compras avançaram 1% em maio, na maior alta desde novembro do ano passado, seguindo-se ao ganho de 0,4% registrado em abril que foi anteriormente comunicado como queda, informou ontem o Departamento do Comércio dos EUA em Washington. As compras no mercado varejistas, excluindo produtos como gasolina, aumentaram 0,8% no mês passado.

Os números indicam que o plano de estímulo do governo norte-americano e os sete cortes adotados nas taxas de juros pelo Federal Reserve (Fed, Banco Central dos Estados Unidos) desde setembro de 2007 estão beneficiando varejistas como o Wal-Mart Stores Inc., a maior rede de supermercados do mundo, e mantendo o crescimento da economia. O relatório dá sustentação à avaliação do presidente do Fed, Ben Bernanke, desta semana, segundo a qual os riscos de uma "desaceleração substancial" diminuíram.

"A alta se deveu, em grande parte, às restituições, mas talvez o consumidor norte-americano esteja apenas se saindo muito melhor do que prevíamos", disse Sal Guatieri, economista-sênior da BMO Capital Markets de Toronto, no Canadá. "A alta gera dúvidas sobre se a economia dos EUA estão em recessão."

**Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 13, 14 e 15 jun. 2008, Administração & Serviços, p. C2.**