

Wal-Mart vai investir até R\$ 1,8 bilhão no Brasil em 2009

Márcia De Chiara e Tânia Monteiro

Além de abrir entre 80 e 90 lojas, rede deve contratar 10 mil pessoas no ano que vem

O Wal-Mart, líder do varejo mundial, vai investir em 2009 entre R\$ 1,6 e R\$ 1,8 bilhão na abertura de 80 a 90 lojas no País. Esse é a maior cifra aplicada pela companhia desde que desembarcou no Brasil, em 1995. Desde 2004, a rede aplicou mais de R\$ 3 bilhões no País, dos quais R\$ 1,2 bilhão neste ano. O anúncio foi feito ontem pelo presidente da empresa no Brasil, Héctor Núñez, durante encontro como o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, no Palácio do Planalto.

"O Brasil é um país altamente estratégico para o Wal-Mart", disse Núñez após o encontro com o presidente Lula. Ele destacou que País tem alto índice de crescimento associado à uma grande estabilidade econômica, política e social. "Obviamente é um país com quase 200 milhões de habitantes, com potencial de consumo crescente da classe média, que chegou a 53% da população."

Para Núñez nem mesmo a inflação, que andou ameaçando a estabilidade econômica nos últimos tempos, é uma preocupação para o grupo. "O pior já passou", disse. Ele destacou que o Wal-Mart está focado "em manter sempre preços acessíveis para os clientes e a população, principalmente dos alimentos".

Núñez afirmou que o presidente Lula ficou "bastante satisfeito" com o anúncio e lembrou que um dos compromissos do grupo é atender a uma classe de menor renda com supermercados de bairro e lojas de atacado.

EMPREGO

O investimento recorde anunciado para o ano que vem vai criar cerca de dez mil empregos, segundo Núñez. Neste ano, a companhia gerou 7,1 mil postos de trabalho, com a abertura de 32 lojas e um centro de distribuição. "Estamos investindo não só na abertura de novas lojas, mas aumentando o programa de apoio a fornecedores regionais e a exportação de produtos brasileiros."

Atualmente com 70 mil empregados e 318 lojas espalhadas por 17 Estados nas regiões Sudeste, Nordeste, Sul e Centro-Oeste, o Wal-Mart é praticamente a única rede de âmbito nacional. No ano passado, a companhia faturou no País R\$ 15 bilhões e ocupou a terceira posição em vendas, segundo o ranking da Associação Brasileira de Supermercados. Ficou atrás apenas do Carrefour e do Grupo Pão de Açúcar, com receita em igual período de R\$ 19,3 bilhões e R\$18,8 bilhões, respectivamente

O presidente do Wal-Mart não revelou quais bandeiras são foco dos investimentos da rede no País em 2009. Hoje a companhia tem nove marcas, entre lojas de atacado e varejo. Esse grande número de bandeiras resulta das aquisições realizadas nos últimos anos. No varejo, a rede americana é dona das marcas BIG, Wal-Mart e Hiper Bompreço, que as lojas de hipermercados. Nacional, Mercadorama, Bompreço e Todo Dia são as bandeiras de supermercado. No segmento atacadista, o grupo detém as marcas Maxxi, voltada para o consumidor de menor renda, e o Sam's Club, direcionado para as classes de maior poder aquisitivo.

NÚMEROS

R\$ 3 bilhões foi quanto o Wal-Mart investiu no Brasil nos últimos quatro anos

17 Estados e nove bandeiras da rede de supermercados devem receber os investimentos em 2009

32 lojas e um centro de distribuição devem ser abertos neste ano pela multinacional no País

Leia mais:

Plano de expansão é o maior já feito por supermercados

Márcia De Chiara

Pão de Açúcar e Carrefour também planejam investimentos agressivos no ano que vem

O investimento de R\$ 1,8 bilhão anunciado ontem pelo Wal-Mart para 2009 é a maior cifra da história aplicada por uma única companhia do setor de supermercados na abertura de lojas em um só ano. A constatação é do presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), Sussumu Honda. "Trata-se de um investimento recorde para o setor."

Ele pondera que, neste caso, estão excluídos os aportes realizados nos últimos anos para aquisições de outras companhias, como, por exemplo, o Carrefour que desembolsou R\$ 2,2 bilhões no ano passado pela compra do Atacadão.

Na análise do sócio-diretor da Mixxer Desenvolvimento Empresarial, Eugênio Foganholo, o grande investimento do Wal-Mart para 2009 deverá acirrar a disputa entre os gigantes do setor, o Carrefour e o Grupo Pão de Açúcar. O Carrefour informa que vai aplicar R\$ 1 bilhão na sua expansão em 2009, cifra equivalente à gasta nos últimos três anos. De acordo com a companhia, o grupo se programa para fazer investimentos adicionais em oportunidades de negócios que estejam em sintonia com o plano estratégico da empresa.

O Grupo Pão de Açúcar ainda não revelou quanto pretende gastar no ano que vem. Nos últimos quatro anos foram aplicados R\$ 3,2 bilhões. Neste ano, estão sendo investidos R\$ 733 milhões, dos quais R\$ 233 milhões no primeiro semestre.

Antes mesmo de o Wal-Mart anunciar investimentos recordes para 2009, o diretor-presidente do Grupo Pão de Açúcar, Claudio Galeazzi, já tinha indicado que pretendia ser mais agressivo no ano que vem. Segundo ele, cerca de um terço do investimento previsto para este ano destina-se à compra de terrenos que vão garantir a novas lojas em 2009.

BOLA DA VEZ

Tanto para o presidente do Carrefour, Jean-Marc Pueyo, como para o presidente do Wal-Mart, Héctor Núñez, o Brasil é um mercado prioritário. "O Brasil é a bola da vez no mercado varejista", diz Honda.

Para ele, o País tem o mercado interno que desperta o interesse de varejistas de todas as partes do mundo, com uma classe D e E em ascensão. Na sua avaliação, a agressividade do Wal-Mart nos investimentos é um movimento de ocupação de mercado e reflete um sentimento de que novas redes internacionais estariam interessadas no Brasil

Fonte: O Estado de S.Paulo, São Paulo, 14 ago. 2008, Economia, p. B18.