

Walmart faz planos no Brasil para enfrentar Pão de Açúcar e Carrefour

Gleyma Lima

O grupo norte-americano Walmart já tem uma nova estratégia de mercado para se blindar do avanço das negociações entre o Grupo Pão de Açúcar (GPA) e o Carrefour: a atuação do sul no País. O local é estratégico para a companhia, pois o GPA ainda não possui lojas nesta parte do Brasil.

Na última semana o grupo norte-americano anunciou que pretende inaugurar 80 novas lojas em todo País, com investimento total de R\$ 1,2 bilhão ao longo de 2011. No Rio Grande do Sul, além do Sam's Club do interior do estado, já está confirmada a abertura das lojas BIG, em Sapiranga, e TodoDia, em São Leopoldo. As três unidades, somadas ao investimento no complexo viário e galerias comerciais do BIG Sertório, totalizam mais de R\$ 100 milhões de investimento.

O Sam's Club Sertório, por exemplo, tem a previsão de inauguração para dezembro deste ano. A unidade receberá investimento de R\$ 35,8 milhões, terá 22,4 mil metros quadrados de área construída e 6,2 mil m² de área de venda. Os clientes terão à disposição 18 caixas e 341 vagas de estacionamento no primeiro andar da loja. Segundo a rede, diversas modificações serão realizadas no complexo viário da região, visando a melhorar o fluxo de veículos e de pedestres.

A ampliação da galeria comercial do hipermercado BIG é outra novidade. "Estamos dando continuidade aos nossos investimentos no Rio Grande do Sul, levando a Porto Alegre um formato de loja que pretende qualificar ainda mais a experiência de compra na Capital gaúcha. O Sam's Club é semelhante ao formato atacadista, e disponibilizará aos clientes pessoa física e jurídica produtos de qualidade", explica a diretora de Operações do Sam's Club, Jussara Timbola.

Além disso a marca aposta em marcas próprias. Já são três as linhas do Sam's Club, que oferecem mais de 350 itens, divididos nas áreas Bakers & Chefs (food service), Sam's (linha para revendedores, com produtos de mercearia e limpeza) e Member's Mark (para o consumidor final, com itens variados, de rações a vestuário).

Desde 2005, mais de R\$ 426 milhões foram investidos no RS em 22 novas lojas e outros R\$ 146 milhões na reforma de 30 unidades.

No mundo

Os investimento no Brasil vêm ao encontro do que o presidente Executivo do Walmart para os EUA, Bill Simon, comentou na última semana. O porta-voz disse que a companhia tem o objetivo de alcançar consumidores via Internet e smartphone, além de ter lojas de menor e maior porte, para crescer. Outra estratégia é aumentar vendas em diversos locais, incluindo mercados internacionais, como a África, o que é importante para a maior varejista do mundo, que sofreu dois anos seguidos de quedas em vendas nos EUA.

O presidente Executivo do Walmart para os EUA comentou ainda a sua "impaciência com o ritmo de mudança" das lojas, que perderam consumidores para redes de descontos. "Apesar de ainda termos um longo caminho a percorrer, estamos na trilha certa", disse Simon, na reunião com cerca de 14 mil funcionários.

A principal dúvida é se as estratégias para o mercado norte-americano, que incluem retomar mais publicidade e abrir lojas de menor porte, irão funcionar.

Mas o formato de lojas Walmart Express, que vem recebendo bastante atenção, não deve ser o principal motor de crescimento da empresa. Isso porque os hipermercados ainda são cruciais. Mais de 100 lojas de grande porte devem ser inauguradas este ano, enquanto apenas 15 a 20 no formato Walmart Express estão previstas nos EUA. A primeira unidade desse tipo será aberta neste fim de semana no Estado do Arkansas e terá 15 mil metros quadrados.

As ações da empresa também têm apresentado relativa fraqueza. Os papéis do Walmart acumulam alta de 6,3% desde a reunião anual de 2010, bem abaixo da valorização de 23,3% do índice S&P no período. "Reconhecemos que ainda temos trabalho a fazer, e o crescimento de vendas permanece como a maior prioridade para mim e todo o time do Walmart nos EUA", disse o presidente Executivo do grupo, Mike Duke, na divulgação dos resultados do primeiro trimestre.

Movimentação da rede

Recentemente o grupo norte-americano conseguiu na Justiça o direito de comprar a rede africana Massmart. O Walmart, em novembro do ano passado, fez uma oferta de US\$ 2,4 bilhões para comprar 51% da Massmart.

Porém na África do Sul há um receio de que o Walmart monopolize o varejo e prejudique os trabalhadores, os fornecedores e as demais redes varejistas que atuam na África do Sul. Em resposta, a rede varejista também prometeu fazer investimentos de US\$ 14,4 milhões para ajudar os fornecedores sul-africanos.

Fonte: DCI, São Paulo, 4, 5 e 6 maio. 2011, Primeiro Caderno, p. A8.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais