

Wal-Mart terá nova loja

A expectativa é de criação de até 250 novos empregos, considerando o padrão das lojas de atacado do grupo

FERNANDO RIBEIRO/AT

Em visita a Vitória ontem, o vice-presidente do Wal-Mart, Wilson Mello Neto, confirmou a intenção da rede americana em abrir uma segunda loja na capital, dessa vez no ramo atacadista.

O modelo Sam's Club, como é chamado o formato do Wal-Mart para o setor de vendas por atacado, emprega de 200 a 250 pessoas em cada loja.

"A empresa acredita no potencial da Grande Vitória e que esse mercado comporta uma loja atacadista, mas ainda não temos terreno. Estamos procurando e, de acordo com a legislação de Vitória, a área adequada seria ao lado da Câmara Municipal (avenida Beira-Mar)", disse Mello.

No modelo Sam's Club da rede, são oferecidos cerca de seis mil itens para vendas no atacado. Além de atender ao pequeno comércio, o Sam's Club também vende para pessoas físicas que compram em grande quantidade.

Para isso, basta preencher um cadastro na loja e pagar a anuidade, atualmente no valor de R\$ 35.

A economia com a compra nessa loja, segundo o vice-presi-

dente, pode chegar a 7% para as empresas e 15% para pessoas físicas.

Apesar do vice-presidente da rede não passar mais detalhes sobre o assunto, há informações de que o Wal-Mart vai entregar nas próximas semanas o projeto para a construção do Sam's Club à Prefeitura de Vitória, que poderia entrar em funcionamento em janeiro de 2006.

A rede Wal-Mart está presente em 11 países, contando com mais de 1,6 milhão de funcionários.

Para se ter uma idéia da dimensão da rede, o faturamento da empresa em 2004 chegou a US\$ 285 bilhões (R\$ 703 bilhões), quase metade do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro no mesmo ano. Para 2005, a expectativa é de que o faturamento chegue a US\$ 288 bilhões (R\$ 711 bilhões).

A rede chegou ao Brasil há 10 anos e conta com 151 lojas no País. É a terceira colocada no ranking da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), perdendo somente para a Pão de Açúcar, que ocupa a primeira posição, e para a rede Carrefour, em segundo lugar.

Empresa negocia contratos

Em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio a Pequenas e Microempresas (Sebrae), a rede Wal-Mart irá promover uma rodada de negócios para definir parte de seus fornecedores capixabas.

No caso dos fornecedores, o Wal-Mart destacou que exige produtos de qualidade a preços compatíveis com sua política de preços baixos todos os dias, que promete economia de até 7% em relação a seus concorrentes diretos em mais de três mil itens de produtos básicos.

Na próxima semana, a rede deverá entregar ao Sebrae a relação de itens que pretende adquirir no Estado para que possam ser feitas as inscrições para o evento.

O anúncio foi feito pelo vice-presidente do Wal-Mart, Wilson Mello Neto, no almoço promovido ontem pelo Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças do Espírito Santo (Ibef), que propiciou o encontro do representante da rede com alguns fornecedores.

O hipermercado tem mais de três mil fornecedores no País, entre os que vendem para as 151 lojas da rede no Brasil e os que comercializam apenas para as lojas da sua região.

Além desse mecanismo para se candidatar a fornecedor, há o contato feito pelo próprio Wal-Mart, através de sua equipe especializada em compras.

A rede também está conversando com as empresas que deverão compor as galerias em torno do hipermercado.

"Cumprindo essas duas exigências, a rede dá total apoio e oferece ainda parceria para contribuir na comercialização",

disse o vice-presidente, que apresentou exemplos de pequenos fornecedores que se aliaram à rede e conseguiram comercializar para toda as lojas no Brasil e até em outros países.

O hipermercado irá trabalhar também com marca própria em itens variados: alimentação, eletroeletrônicos, móveis, cosméticos e até ração.

Apontada como a rede que adota uma política predatória de preços, o vice-presidente do Wal-Mart não acredita no fechamento dos pequenos comerciantes com sua chegada ao Estado.

"Eles terão sim condições de concorrer e para isso terão que rever seus métodos e usar criatividade para adquirir diferencial. A concorrência não atrapalha o comércio e é benéfica para o consumidor", afirmou.

FERNANDO RIBEIRO/AT



Mello Neto: fornecedores



Empresários do Estado ouviram a palestra do executivo do Wal-Mart

*ribuina.
25/e. 1,2 e 3.*