

## VAREJISTAS INVESTEM R\$ 2 BI EM CLASSES CD

(Não Assinado)

As três maiores redes de supermercado do país (Pão de Açúcar, Carrefour e Walmart) vão destinar um terço dos R\$ 6,3 bilhões de investimentos anunciados para este ano e 2011 para expandir os negócios voltados para as classes C e D. A maior parte desses R\$ 2 bilhões será usada na abertura de lojas e na reforma de unidades que já atendiam clientes dessas classes com renda familiar de três a dez salários mínimos, pelo conceito da FGV. Serão modificadas para ampliar a oferta de produtos e serviços. Até o final deste ano, o Walmart abrirá 50 supermercados TodoDia (varejo) e Maxxi (atacado), bandeiras mais populares da rede. No primeiro semestre deste ano, já foram inauguradas seis lojas TodoDia e quatro Maxxi em cinco Estados -RS, BA, PB, AL e SP (interior). "O consumidor emergente tem maior grau de exigência. Chega à loja informado sobre preços e marcas. As redes estão investindo mais nesse consumidor porque sabem que ele não valoriza apenas o preço. Por isso investem em atendimento, serviços, na ambientação da loja e na variedade de produtos", diz Luiz Góes, da Gouvêa de Souza, especialista em varejo. Aspirações No Grupo Pão de Açúcar, ao menos 30% do R\$ 1,6 bilhão anunciado será usado para transformar 150 lojas CompreBem e Sendas, mais voltadas para o consumidor de baixa renda, em Extra Supermercados. O modelo é de um supermercado de bairro com mais sortimento de produtos considerados "diários", como os de padaria e açougue. Apesar de mais compacto do que um hipermercado, as lojas devem oferecer mais serviços, como espaço para café e recarga de celular nos caixas. O visual seguirá o padrão do hipermercado da rede. "O consumidor de menor renda está mais maduro, com mais dinheiro disponível, mas não quer pagar mais por luxo", diz Hugo Bethlem, vice-presidente-executivo do Grupo Pão de Açúcar.