

[Assine](#)[E-mail](#)[SAC](#)[Canais](#)

publicidade

[ULTIMO SEGUNDO](#)

iG BUSCA

enhanced by

>

- [Esportes](#)
- [Brasil](#)
- [Mundo](#)
- [Economia](#)
- [Blogs - Opinião](#)
- [Cultura e Diversão](#)
- [Tecnologia](#)
- [Educação](#)
- [Multimídia](#)
-

[Home](#) > [Notícia](#)

Wal-Mart começa a vender pela internet

• Tamanho do texto

• [A](#)• [A](#)

26/09 - 13:22 - Agência Estado



Após 13 anos no País, o Wal-Mart estreia em 1º de outubro no comércio eletrônico com investimentos de R\$ 25 milhões. A entrada do maior varejista do mundo nesse segmento foi definida ontem pelo presidente companhia no Brasil, Héctor Núñez, como "um marco na história da empresa no País".



Na prática, significa só o começo de uma disputa acirrada que deve reunir mais dois competidores de peso até o fim do ano: as Casas Bahia e o Carrefour, ambas líderes, em vendas de eletrônicos e no setor de supermercados, respectivamente.

A cobiça das redes do varejo pelo e-commerce tem uma explicação. A expectativa de faturamento do comércio eletrônico para este ano é de R\$ 8,5 bilhões, com expansão de 35% ante 2007, segundo a e-bit, empresa em informações sobre o setor. Enquanto isso, o comércio tradicional cresce na faixa de 10%. "As três gigantes do varejo vão entrar no comércio eletrônico no momento oportuno: no último trimestre, quando o comércio está superaquecido", observou o diretor Comercial do e-bit, Maurício Salvador.

Claudio Felisoni, coordenador do Provar, lembrou que a melhor distribuição de renda que propiciou o acesso ao computador e à internet às classes de menor renda pavimentou o caminho desse novo canal de vendas para o varejo tradicional. "E-commerce não é para a elite", resumiu Núñez o posicionamento da companhia.

Segundo o presidente do Wal-Mart, o bordão "preço baixo todo dia", será mantido no novo canal de vendas. Inicialmente estarão disponíveis no site mais de 10 mil itens não alimentícios, distribuídos em 11 seções, entre eletrodomésticos, brinquedos, telefonia, entre outras. Ele não revelou metas de vendas. "É um negócio de alto faturamento e alto retorno." Núñez ressaltou que, com o comércio eletrônico, a intenção é vender para todos os Estados do País não só nos 18, onde está.

Além de preço baixo e um site altamente interativo com recursos de Web 2.0, a companhia quer fisgar o consumidor com rapidez nas entregas. Nas compras com peso inferior a 10 quilos, feitas até às 12h na Grande São Paulo, a mercadoria será entregue no mesmo dia. No caso da cidade do Rio de Janeiro, o produto chega à casa do cliente no dia seguinte. Em ambos os casos será cobrada uma taxa adicional de frete expresso que varia de acordo com o item.

Todas as mercadorias que abastecem o site sairão do Centro de Distribuição em Barueri (SP) e o transporte será terceirizado. Núñez conta que foi criada uma nova divisão de negócios dentro da empresa destinada ao comércio eletrônico.

Veterano no e-commerce, o Grupo Pão de Açúcar está no varejo eletrônico de não alimentos desde 2001 e também aposta na agilidade nas entregas para atrair consumidores. Desde julho, conta o diretor do Extra.com.br, Oderi Leite, foi implantado um sistema de entregas a jato com a meta de transformar a empresa na mais rápida nas entregas de comércio eletrônico.

Comprando até às 15h na cidade de São Paulo, o cliente recebe o pedido no mesmo dia, também mediante pagamento de custo adicional de frete. Nas demais capitais, o prazo de entrega é de um dia útil. "Fizemos pesquisas e constatamos que prazo de entrega é o fator que mais influencia na hora da compra", disse Leite. Tanto é que as vendas da empresa cresceram 210% até junho ante 2007 e, desde julho, esse ritmo vem sendo mantido por causa da maior rapidez nas entregas, apesar da base de comparação maior.

Leia mais sobre o [Wal-Mart](#)

Compartilhe

- [del.icio.us](#)
- [Digg](#)
- [Facebook](#)
- [Google Buzz](#)
- [Linkk](#)
- [MySpace](#)
- [Technorati](#)
- [Twitter](#)
- [Y!Buzz](#)