

## **Empresas ampliam busca por fornecedor de bem importado**

Marli Lima, Vanessa Jurgenfeld, Francisco Góes, Raquel Salgado, Carolina Mandl e Ivana Moreira

Nas primeiras 12 semanas de 2008, as importações brasileiras aumentaram 48,5%, ritmo que não deve arrefecer ao longo do ano e pode até aumentar. Afinal, executivos do varejo e da indústria estão intensificando viagens à China e a outros destinos, inclusive da Europa, em busca de novos fornecedores. Jefferson Oliveira, diretor comercial do Condor, no Paraná, voltou de Barcelona (Espanha) recentemente e está programando outra viagem para a China, em abril. Em sua mesa, há catálogos de pastas especiais da Itália e chocolates da Bélgica. Nilso Berlanda, presidente da rede de varejo catarinense Berlanda, em breve embarcará para a China. Ele pretende fechar os primeiros contratos de importação direta junto às indústrias chinesas e parar de comprar esses mesmos produtos das importadoras que atuam no Brasil. Na Fiat, está muito próxima a conclusão de uma negociação para a importação de pneus.

Nilso Berlanda já havia visitado a China em 2007 e agora definiu os itens que pretende comprar para suas 81 lojas: malas, carrinhos de bebê, cadeiras de praia, caixas térmicas, colchão de ar, panela de pressão, louças e piscinas de plástico. "Os primeiros contêineres serão comprados em abril e servirão como teste. Quero ter certeza de que a mercadoria chega exatamente como vi na China", diz.

Do total que Nilso hoje vende em sua rede, cerca de 15% são produtos importados, trazidos por distribuidores. O volume no primeiro bimestre manteve-se estável em relação ao início de 2007. A intenção dele, contudo, é transformar o que hoje é lucro do importador, que lhe vende as mercadorias, em rentabilidade própria. "Hoje, a rede compra de importadoras e está pagando essa "gordura" para elas. Se não fizer isso (compra direta), ficarei para trás, porque a concorrência já começa a fazer", diz.

Ao contrário da Berlanda, outras redes do varejo já aumentaram a participação de importados no faturamento deste ano em relação a igual período do ano passado. "Estamos importando mais do que em anos anteriores, mas menos do que precisamos", afirma Oliveira, do Condor. O executivo está empolgado com as compras externas de gêneros alimentícios e itens de bazar. Segundo ele, o Condor, que em 2007 faturou R\$ 924 milhões, tornou-se importador de fato há quatro anos, quando o dólar era cotado a R\$ 2,70. E tomou mais gosto pela coisa com a valorização do real. De 2006 para cá, o número de produtos trazidos de fora cresceu 200%. Mas Oliveira quer mais - a meta para o ano é um aumento de 30% - e nova carga de mercadorias deve chegar em maio.

O Comprafácil, braço de varejo eletrônico do grupo Hermes, especializado em vendas por catálogos, aumentou as importações em 100% no primeiro bimestre do ano na comparação com igual período de 2007. O crescimento deverá ser mantido ao longo de 2008, quando as importações devem dobrar em relação ao ano passado, diz Gustavo Bach, diretor de marketing do Comprafácil. A previsão é importar R\$ 12 milhões este ano ante R\$ 6 milhões em 2007.

A baiana Le Biscuit aumentou em 50% a compra de importados no primeiro bimestre do ano. "A queda do dólar e a grande variedade de produtos chineses incentiva o aumento das importações", explica Álvaro Sant'Anna, diretor-presidente da rede. Além disso, segundo ele, a demanda segue forte, impulsionada pelo crescimento econômico e pela facilidade do pagamento a prazo. Em 2007, a importação passou a representar 25% de tudo o que a Le Biscuit vende. Para este ano, a perspectiva é que o percentual chegue a 30%.

O executivo diz que a queda do dólar ajudou nesse processo, mas que o efeito dela é menos intenso do que parece à primeira vista. "A moeda chinesa se valorizou uns 10% em relação ao dólar. Então isso tirou um pouco da vantagem da desvalorização do dólar em relação ao real", diz. Hoje, 100% dos itens importados pela empresa provêm da China.

Não só os preços são atrativos, na avaliação de Sant'Anna. O fato de a China ter uma indústria diversificada atrai compradores. Para o Condor, do Paraná, a qualidade e variedade dos produtos e as mudanças nos hábitos dos brasileiros explicam o aumento na demanda por

importados, junto com o câmbio. Vinho, azeite, massas de grão duro, aspargo e salmão estão entre os artigos que passaram a ser consumidos com maior frequência por aqui. E não é só. "Pneu importado é o que mais vende", conta o executivo.

O Condor tem 24 lojas no Paraná - 15 supermercados e 9 hipermercados. Em suas gôndolas há cerca de 38 mil produtos, sendo 430 feitos do exterior. De acordo com o executivo, os produtos do exterior ainda representam pouco na receita, mas a meta é fazer com que respondam por 12% dela.

Os preços mais baratos dos produtos importados em relação aos similares nacionais explicam parte do aumento na importação da Comprafacil. Mas, segundo Bach, o movimento é impulsionado, sobretudo, pela busca da diferenciação dos itens importados em comparação aos produzidos no Brasil. Toda a importação do Comprafacil é feita da China, onde a empresa encomenda produtos sem marca. Esses produtos são vendidos no site com o nome Snatch, uma marca própria da empresa. Bach diz que cerca de 5% (mil itens) dos 20 mil produtos do portfólio do Comprafacil são importados. "Há três anos este percentual não chegava a 1% e a expectativa é que, no fim de 2009, a participação dos importados no mix de produtos do site alcance 10%", diz o executivo.

Os preços dos produtos comprados da China pela empresa já subiram 15% em relação a 2007, o que poderá aumentar ainda mais os gastos com importações. Em média, a empresa importa sete contêineres por mês pelo porto do Rio. Bach diz que o aumento nas vendas do Comprafacil, que já representa 55% do faturamento do grupo Hermes, está levando a empresa a ampliar o centro de distribuição em Campo Grande, zona oeste do Rio. Em 2008, o Comprafacil deverá faturar mais de R\$ 600 milhões, alta de 120% sobre 2007.

O preço menor e o câmbio mais favorável levaram a sergipana Lojas Maia a importar 200% mais no primeiro trimestre deste ano na comparação com o mesmo período do ano passado. Caso o câmbio se mantenha no patamar atual, esse ritmo deve se manter ao longo do ano, avalia o diretor comercial Marcelo Maia. Ele explica que a valorização do real tornou mais vantajoso importar itens cujo custo de frete era mais alto, como os televisores. Antes, a importação estava restrita aos eletroeletrônicos de menor porte, como DVDs, MP3s e máquinas fotográficas. Mas o preço tem sido o fator determinante para a Lojas Maia ampliar a compra de itens da China.

Como o peso dos produtos vindos do exterior deve passar de 5% para 10% do total em 2008, Maia afirma que a rede passou a se preocupar com a assistência técnica dos itens. "As pessoas podiam rejeitar o produto pela falta de garantia de conserto", explica. A saída foi terceirizar esse tipo de serviço, hoje prestado por uma companhia que se responsabiliza por arrumar as peças que eventualmente quebrem e até enviar ou trazer os aparelhos da China.

A mineira Suggar está esperando, para os próximos dias, a chegada de uma "importação astronômica" da China. A encomenda vai atender à demanda típica do Dia das Mães. Até meados de 2006, quando começou a importar eletrodomésticos do continente asiático, a indústria mineira tinha menos de 15 modelos à venda no mercado. Hoje, o mix da Suggar inclui 75 produtos, de secadores de cabelo a adegas climatizadas.

O volume importado da China, informa o diretor industrial, Marcelo Soares, já é dez vezes maior do que o de 2006. Por mês, a empresa está comprando da China cerca de 100 mil peças. E a intenção é ampliar ainda mais as importações. O presidente da indústria, Lúcio Costa, está na China negociando outros contratos de fornecimento com as indústrias locais.

Embora os custos de importação tenham subido cerca de 5% nos últimos meses, a estratégia de expansão da Suggar continua baseada na importação. "Será assim por mais três ou quatro anos", analisa o diretor industrial. No ano passado, os importados foram responsáveis por R\$ 80 milhões do faturamento total de R\$ 350 milhões. De acordo com Soares, em 2008, a expectativa é que a participação dos importados seja bem maior.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 1º abr. 2008, Brasil, p. A3**