

## Queridos, encolhi a Elektra

Adriana Mattos



**"Os bancos se distanciaram de seus clientes e de sua realidade.**

**Isso não aconteceu conosco"**

**RICARDO SALINAS DONO DA REDE ELEKTRA**

**A REDE VAREJISTA ELEKTRA, DO BILIONÁRIO** mexicano Ricardo Salinas, vai diminuir de tamanho no Brasil. Não, não haverá fechamento de lojas ou demissão de gente. Os planos de abertura de mil pontos de venda em dez anos estão mantidos. Só que a maioria das novas unidades terá área de 50 a 200 metros quadrados. As 15 lojas atuais, de até 1,5 mil metros quadrados, terão o espaço preservado. As futuras unidades mais enxutas receberão o nome de MicroElektras e terão, em seu interior, pequenos postos do Banco Azteca, também pertencente a Salinas. A empresa confirma a mudança no modelo e informa que as minilojas fazem parte do projeto de expansão para quatro novos Estados nordestinos em 2009 - hoje a empresa só atua em Pernambuco. É possível ainda que Salinas comande uma futura invasão a São Paulo apostando no mesmo modelo. Os primeiros rumores sobre os novos planos da rede vazaram numa hora inconveniente. **Com a crise financeira global, surgiram versões de que Salinas estaria revendo o planejamento para o Brasil e as MicroElektras seriam a saída para manter o ritmo de inaugurações,** só que com menos dinheiro. A empresa diz que não é nada disso. Trata-se apenas de uma oportunidade de crescimento mais veloz, visto que faltam grandes

terrenos nas capitais.

O modelo de comercialização também será diferente. Os consumidores comprarão em terminais de computadores, com auxílio de três ou quatro funcionários. Não haverá uma única tevê na área de estoque da loja. O custo de um ponto-de-venda desse tipo fica entre R\$ 250 mil e R\$ 300 mil, ou 15% a 20% de uma loja tradicional, calculam especialistas em varejo. **Há um segundo modelo sendo analisado. Nele trabalharão mais funcionários e haverá alguns poucos produtos para demonstração**, como tevês de tela fina e aparelhos de som, mercadorias que os clientes gostam de testar antes de levar para casa. O primeiro desenho de loja é o mesmo criado pela rede Magazine Luiza para entrar no mercado de São Paulo em 2004. Com minúsculas lojas de bairro, todas azulejadas, com ar-condicionado, água e cafezinho, a cadeia começou a vender produtos pela internet na periferia da capital paulista, atingindo faturamento mensal superior a R\$ 300 mil em cada uma delas. Isso representa cerca de um terço da receita bruta de uma cadeia popular de eletrônicos em São Paulo, que vende entre R\$ 900 mil e R\$ 1,5 milhão ao mês. "Em geral, nessas lojas virtuais o cliente compra muito mais pela promoção do que pelo produto e é preciso ganhar no volume", diz Nelson Barrizzelli, especialista em varejo e professor titular da USP.



No plano desenhado pela Elektra, a receita de cada unidade será superior à obtida inicialmente pelo Magazine Luiza. Essa é a estimativa para as 50 lojas (virtuais e tradicionais) que serão abertas em Sergipe, Alagoas, na Paraíba e no Rio Grande do Norte em 2009. Até dezembro deste ano, de 20 a 25 novos pontos-de-vendas abrirão suas portas no Brasil. A crise, cujo epicentro encontra-se no mercado financeiro, não parece assustar o também banqueiro Salinas. O mexicano não poupa críticas quanto à postura adotada pelos bancos americanos nos últimos tempos. "Eles se distanciaram muito de seus clientes e de sua realidade econômica. Isso não aconteceu conosco, somos muito próximos de nossos clientes e os planos no Brasil estão mantidos", disse ele recentemente à revista ISTOÉ. Essa proximidade passa por um modelo de pagamento que deve ser estendido a

todas as novas lojas da Elektra no ano que vem: boletos com vencimento semanal. Isso para controlar os riscos de calote em tempos de dinheiro curto e forçar o consumidor a voltar à loja várias vezes ao mês. É o jeito Salinas de vender.

MATTOS, Adriana. Queridos, encolhi a Elektra. **Istoé Dinheiro**, 5 nov. 2008. Disponível em: < <http://www.terra.com.br/istoedinheiro/edicoes/579/artigo114077-1.htm> >. Acesso em: 6 nov. 2008.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais