

Exclusivo



Voltada para a classe B, a Drogaria Onofre fecha uma parceria com a Casas Bahia para ter acesso ao povão

# União

## DUPLA DINÂMICA:

Klein (à esq.) e Arede levaram um ano discutindo o modelo da parceria

ROSENILDO GOMES FERREIRA

**E**M UMA RÁPIDA ANÁLISE É difícil encontrar algum ponto de contato entre a Casas Bahia e a Drogaria Onofre. A primeira vende móveis, eletrodomésticos e produtos eletrônicos e tem um grande apelo junto à classe C. A outra atua na comercialização de medicamentos, além de itens de higiene e limpeza, incluindo marcas sofisticadas como as francesas Dior e Lancôme. Mas foram exatamente essas diferenças que animaram Marcos Arede, diretor comercial e acionista da Drogaria Onofre, a propor uma parceria ao colega Michael Klein. O assunto começou a ser alinhavado em uma conversa informal durante um evento social, em meados de 2007. O resultado desse bate-papo pôde ser visto na semana passada.

**De uma só tacada foram abertos dez quiosques da Onofre em Casa dentro de lojas da Casas Bahia, na Grande São Paulo. Braço de televidas da família Arede na área de medicamentos e cosméticos, essa bandeira foi lançada timidamente em 1998 e não parou de crescer. Hoje, garante 35%**

**da receita anual do grupo, estimada em R\$ 800 milhões para 2008.** Seu tíquete médio é de R\$ 100, valor bastante superior ao das lojas físicas (R\$ 40). O projeto prevê a abertura de 80 quiosques até o final de 2009 em São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Minas Gerais. Um investimento total de R\$ 10 milhões.

Tanto Arede quanto Klein esperam obter importantes dividendos com essa parceria, no esquema de ganha-ganha. "Contaremos com um serviço diferenciado, capaz de atrair um consumidor que normalmente não busca nossas lojas de rua", justifica Klein. Mais que pontos-de-

venda, os quiosques são plataformas de negócio para a Drogaria Onofre. Com eles será possível expandir rapidamente o raio de ação da empresa que hoje conta com 34 pontos-de-venda espalhados por São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte (MG), Porto Alegre (RS) e Vitória (ES). Com a grande vantagem de fazer um investimento infinitamente menor. Uma loja física exige um desembolso de R\$ 1 milhão apenas para formar o estoque inicial, sem contar a reforma e o aluguel do imóvel. Já um quiosque custa R\$ 125 mil. Isso não quer dizer, no entanto, que a Onofre pretenda colar seu destino ao da Casas Bahia ou pense em desistir das lojas de rua. "Nosso plano de abrir cinco filiais por ano será mantido", garante Arede.

Construído em um espaço de nove metros quadrados, esses pontos funcionarão como uma

central de entretenimento. Cada um deles terá serviço de maquiagem, curso de computação e jogos interativos com direito a brinde. Tudo de graça e operado por cerca de seis funcionários da Onofre. Quem quiser adquirir remédios, cremes ou perfumes só tem uma alternativa: usar o computador conectado diretamente ao site da



### SERVIÇO VIP:

*nos quiosques será possível comprar remédios, perfumes e até navegar na internet, de graça*

Onofre em Casa. O produto será entregue na casa do cliente, por motoboy, em até duas horas após a compra. Com isso, o empresário escapa de possíveis problemas com a Anvisa, agência que regula a venda de medicamentos, e da fúria da concorrência. "Não se trata de uma farmácia, mas de um posto avançado de nossa loja virtual", argumenta Arede. Para fígar o consumidor típico da Casas Bahia, ele montou um grande leque de opções de pagamento que inclui até mesmo o boleto bancário. "Vamos ser agressivos na negociação do preço e do prazo de pagamento", garante ele.

# de desiguais