

Gigante do varejo quer dobrar participação

Mariana Barbosa

Ricardo Eletro e Insinuante se unem com 8% de fatia no mercado de eletrônicos e pretendem chegar a 15% em dois anos

Varejistas com forte presença em Minas e no Nordeste pretendem se expandir com aquisições de redes regionais e miram São Paulo

Depois de alguns anos sendo assediadas por concorrentes e investidores, as redes varejistas Insinuante, da Bahia, e Ricardo Eletro, de Minas Gerais, resolveram se unir e sair da condição de caça para virar caçadoras.

"Queremos ser um segundo grupo forte. Não dava para ter um gigante e um monte de pequeninhos", afirmou o presidente e fundador da Ricardo Eletro, Ricardo Nunes, 40 anos, em um encontro com a imprensa para anunciar a criação da Máquina de Vendas.

A holding reúne as duas redes e nasce com uma fatia de 8% do varejo de eletroeletrônicos nacional. "A fusão de Casas Bahia e Ponto Frio nos deu a ideia de seguir o nosso caminho", disse Nunes.

Com um faturamento de R\$ 4,2 bilhões em 2009, a Máquina ultrapassa o Magazine Luiza (R\$ 3,8 bilhões), mas está ainda muito atrás do gigante Globex, a empresa do grupo Pão de Açúcar que reúne as bandeiras Casas Bahia e Ponto Frio e um faturamento de R\$ 16,3 bilhões.

O novo grupo tem 528 lojas (260 da Insinuante e 268 da Ricardo Eletro) espalhadas por 16 Estados e mais Distrito Federal e 15 mil funcionários. A ideia de Nunes e Luiz Carlos Batista, da Insinuante, é chegar a 2014 com mil lojas, faturamento de R\$ 10 bilhões e 30 mil funcionários. Em dois anos, pretendem dominar 15% do mercado.

A fusão não envolveu desembolso. As duas empresas têm porte semelhantes e cada uma detém agora 50% da holding. Segundo Nunes e Batista, a empresa nasce com "endividamento zero" e caixa suficiente -não revelam quanto- para bancar esse crescimento. "Somos conservadores e chegamos aonde chegamos com o nosso próprio caixa", disse Batista, 45. A intenção é transformar a Máquina em um guarda-chuva de redes regionais. O crescimento se dará, principalmente, "com novas fusões e associações". "Sinto que as regionais vão querer fazer parte de uma consolidação, pois o mercado está ficando cada vez mais difícil", disse Nunes.

A Máquina pretende usar seu poder de mercado para negociar contratos com bancos interessados em oferecer crédito e outros produtos para seus clientes. Com os contratos, esperam conseguir algo entre R\$ 450 milhões e R\$ 500 milhões.

Para este ano, as empresas vão seguir com seus planos de crescimento orgânico. Serão abertas 30 lojas Ricardo Eletro no Rio de Janeiro, além de outras 10 a 20 da Insinuante no Norte e Nordeste.

Sobreposição

A sobreposição de lojas acontece apenas na Bahia, onde a Insinuante é dominante, com 80 lojas e quase 25% do mercado. A Ricardo Eletro tem 60 lojas no Estado, mas não há planos de converter essas lojas para Insinuante. Já as lojas da Insinuante no Rio (20) e no Espírito Santo (1) serão transformadas em Ricardo Eletro. Pelos planos, a rede mineira vai se expandir por Sudeste, Sul e Centro-Oeste. A Insinuante, pelo Norte e pelo Nordeste.

O grupo planeja ter presença mais agressiva em São Paulo em até um ano e meio, mas não revela detalhes da estratégia. "Pode ser uma fusão ou aquisição ou uma expansão da Ricardo Eletro, com um modelo de loja diferente", disse Batista. Hoje, a RE está em oito cidades do interior do Estado.

A fusão envolve ainda as lojas virtuais das redes, que faturam, juntas, R\$ 1,2 milhão por dia. As duas bandeiras serão mantidas, e as plataformas tecnológicas, integradas.



Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 30 mar. 2010, Dinheiro, p. B4.