Matéria

Nordeste vira joia da coroa para o varejo

Redes do Sul e do Sudeste incluem a região na pauta de prioridades e abrem disputa acirrada por espaço no comércio

Cintia Esteves
cesteves@brasileconomico.com.br

Com o avanço de gigantes como Nova Casas Bahia, as rivais nordestinas aceleram a abertura de lojas. Eletroshop e Laser estão entre as redes de eletros que mais abrem estabelecimentos no Recife

A Nova Casas Bahia não é a única a concentrar esforços para ampliar os negócios no Nordeste. Na região, há dono de shopping center que nem sabe mais que critério usar para escolher entre um lojista e outro, tamanho é o assédio de redes locais e "estrangeiras". No Boa Vista, em Recife, há fila para ocupar as últimas unidades, garante o proprietário Celso Muniz. O empreendimento passa por sua segunda expansão e saltará de 120 para 180 lojas. Em seu escritório, Muniz dedica-se a analisar as características de seus candidatos a inquilinos e não tem pressa para decidir os felizardos que ocuparão os poucos espaços que ainda restam.

"Quero o melhor mix para o nosso shopping", diz. Na primeira ampliação, feita em 2004, as lojas foram comercializadas em 120 dias. Nesta segunda reforma, o empresário recebeu propostas para locar praticamente a mesma quantidade de lojas na metade do tempo.

Como explica Luís Augusto da Silva, diretor de relações institucionais da Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (Alshop), as franquias das regiões Sul e Sudeste são as principais responsáveis pela alta procura de espaços para locação nos shoppings nordestinos. "Também percebemos um forte movimento de lojas do Centro-Oeste para o Sudeste", diz Silva.

Eletroeletrônicos

Com o avanço de gigantes como Nova Casas Bahia, as varejistas nordestinas aceleram suas inaugurações. Para Celso Muniz, que também é presidente da Associação Comercial de Pernambuco (Acppe), as redes locais Eletroshop e Laser aumentaram a velocidade de investimento. "Elas estão inaugurando diversas lojas", diz.

Já a mexicana Elektra, que abriu sua primeira loja no Brasil em 2008, diminuiu o ritmo de inaugurações, mas pretende retomá-lo em breve.

A empresa forçou a mão na luta pelo consumidor nordestino e teve que fechar três lojas. O modelo proposto pela varejista é um sucesso no México, mas sofreu resistência em alguns estados brasileiros. Nem todos os consumidores gostaram da ideia de ter um cobrador da loja na porta de casa. Agora, com 15 pontos de venda na região, o plano é investir R$ 16 milhões na abertura de mais 45 unidades até o final do ano que vem.

Outra estrangeira que está apostando nos estados nordestino é chilena Cencosud. A rede de supermercados chegou ao país por Sergipe, em 2007, com a compra da rede de supermercados GBarbosa. De lá para cá não parou de fazer aquisições. A baiana Perini e a cearense Super Família estão entre as negociações em que a chilena levou a melhor. ■

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 23 nov. 2010, Primeiro Caderno. p. 23.