Varejo investe mais em tecnologia para abrir capital

Máquina de Vendas e Magazine Luiza melhoram sistemas de gestão para acelerar plano de crescimento das redes

Carolina Pereira e
Carlos Eduardo Valim
redação@brasileconômico.com.br

Movimentos de consolidação e perspectivas de abertura de capital no setor de varejo estão levando empresas como Máquina de Vendas e Magazine Luiza a fazerem investimentos em tecnologia. Os principais objetivos são a integração dos processos e da gestão após aquisições e a implementação de métodos profissionais de governança corporativa, de olho nas exigências do mercado em processos de oferta pública de ações.

No caso da Máquina de Vendas, os investimentos iniciais somaram R$ 20 milhões, segundo o diretor de tecnologia, Vinícius Hamzi. O custo inclui hardware e sistemas adquiridos da Oracle para serem utilizados na frente das lojas e contrato de suporte com a HCL. O projeto começou pela rede Ricardo Eletro, que tem mais de 200 pontos de venda, e será expandida para as outras empresas do grupo, que inclui a Insinuante e Citylar, até o fim do ano que vem.

O investimento faz parte da preparação da empresa para uma futura abertura de capital, segundo Hamzi. Além deste objetivo, a tecnologia também será crucial para a companhia integrar as diferentes redes do grupo. "Hoje temos três departamentos financeiros diferentes", diz o executivo. O diretor afirma que o valor de R$ 20 milhões é destinado ao processo de integração das redes e deverá ser ampliado nas próximas etapas do projeto. A previsão de crescimento da Máquina de Vendas é atingir R$ 10 bilhões de faturamento em 2014, de acordo com Hamzi.

Já o Magazine Luiza está concluindo a instalação de um sistema de gestão financeira, com o objetivo de evitar problemas administrativos com o forte crescimento e obter mais controle sobre as informações financeiras. "Não é barato investir em softwares de integração. O preço das licenças de uso e da consultoria são altos", afirmou ontem, em evento em São Paulo, o diretor de tecnologia da rede, Décio Sonohara, sem revelar o valor do projeto.

Décio Sonohara
Diretor de tecnologia da rede

"Não é barato investir em softwares de integração. O preço das licenças de uso e da consultoria são altos"

Com planos divulgados para abrir o capital no próximo ano, a rede varejista projeta atingir R$ 5 bilhões de faturamento este ano e R$ 15 bilhões em 2015, como resultado de um crescimento médio anual de 28%, desde 2002. No último ano, a empresa faturou R$ 3,8 bilhões.

O crescimento de negócios também pode ser medido pela ampliação do número de lojas. Em 2008, ela abriu 43 lojas em apenas um dia e, neste ano, adquiriu a rede nordestina Lojas Maia, que possuía cerca de 150 lojas. Com isso, tem hoje 611 lojas, em 411 cidades.

Sonohara começou como diretor de tecnologia há três anos e percebeu a necessidade de levar a empresa para um novo sistema de gestão. Algumas melhorias necessárias não eram possíveis pelo antigo software, mas seria preciso que o projeto fosse endossado pela alta administração. Uma série de reuniões com os dois principais fabricantes de software SAP e Oracle foram realizadas, que ajudaram a mostrar as possibilidades de benefícios.

O projeto foi iniciado em novembro do último ano, com sistemas da Oracle e consultoria e implementação da IBM. O próprio superintendente da rede, Marcelo Silva, coordenava as reuniões a cada duas semanas para acompanhar a implementação e exigia a participação das áreas de negócios. A meta agressiva era finalizar em sete meses a contabilidade, finanças, recursos humanos e gestão de ativos. Depois começou o suporte e a integração com as lojas. ■

Matéria

Autorização deste artigo

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 9 dez. 2010, Primeiro Caderno, p. 24.