

Varejistas regionais 'invadem' novas áreas

Adriana Mattos

Redes capitalizadas planejam entrar em novos Estados e aumenta a disputa entre lojas médias.



Ribeiro, da varejista Novo Mundo, do Centro-Oeste, vai abrir lojas no Maranhão.

A recente expansão das cadeias de varejo regionais tem reforçado o caixa das companhias e levado as lojas a buscar novos mercados pelo país. Algumas dessas varejistas, que resistem às propostas de compra ou fusão de grandes grupos, priorizam planos de entrada em estados que, até há pouco tempo, não faziam parte do planejamento estratégico das cadeias.

É um movimento que, a curto prazo, deve acirrar a disputa entre as redes de médio porte já instaladas e as novatas, que começam a abrir os primeiros pontos nos novos estados. Algumas dessas cadeias têm "invadido" o mercado de varejistas tradicionais no Norte e Nordeste - regiões com crescimento na demanda acima da média do país - e tem projetos arrojados já aprovados.

Com R\$ 1 bilhão de receita prevista para 2011, a rede Novo Mundo, uma das maiores cadeias de eletrônicos do Centro-Oeste, inaugurou neste mês a sua primeira unidade no Maranhão, localizada na capital São Luis. Só em setembro, foram quatro inaugurações de lojas na cidade. A companhia planeja abrir 30 unidades no estado até o final do ano. "Foi tudo pensado para que nada saísse errado. Criamos estrutura, com novo centro de distribuição na região, para que nossa entrada desse certo", disse ontem Carlos Luciano Martins Ribeiro, presidente da rede Novo Mundo, cadeia com 150 lojas e que espera ampliar em 20% a receita em 2011.

"O Maranhão será nossa porta de entrada para o Nordeste", diz Ribeiro. "Temos mapeado espaço para abertura de 50 lojas no estado", diz. O investimento total deve atingir R\$ 70 milhões - os recursos saem do caixa do grupo.

Com a mesma velocidade de crescimento da Novo Mundo, na faixa de 20% neste ano, a Cybelar tem analisado a entrada nos mercados de Minas Gerais, Paraná e Mato Grosso a partir de 2012. Com sede na cidade de Tietê (SP), a companhia soma 92 pontos de venda em municípios do interior paulista com até 120 mil habitantes. "Como estamos bem espalhados por São Paulo, a entrada no Paraná, por exemplo, é como andar alguns quilômetros e atravessar a fronteira", brinca Ubirajara José Pasquotto, diretor da Cybelar, rede que espera fatura R\$ 500 milhões em 2011. "É algo natural para nós".

Na avaliação de consultores, a busca de novos espaços das varejistas regionais tem relação com a necessidade de buscar mercados com pontos disponíveis para venda e locação. "Houve

um aumento de mais de 500% no preço dos terrenos em grandes capitais desde 2007" explica André Cywinski, sócio da consultoria Tecnovarejo.

Também foi percebida movimentação no setor alimentar, com a entrada da rede Fort Atacadista, do grupo Pereira, no Mato Grosso. A companhia atua em estados como Santa Catarina, São Paulo, Goiás e Distrito Federal com bandeiras como a Comper (supermercado) e a Bate Forte (atacado). "Chegamos no Mato Grosso para ficar. Colocamos nossos preços em média 12% abaixo dos valores dos nossos concorrentes e 18% inferior dos preços de supermercados", disse o vice-presidente João Pereira, na abertura da loja em Cuiabá.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 22 set. 2011, Empresas, p. B7.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.