

O império nipônico das bugigangas desembarca no Brasil

Dona de mais de 550 lojas espalhadas por 24 países, a Daiso, que só vende itens de R\$ 1,99, abre loja em maio

Regiane de Oliveira

roliveira@brasileconomico.com.br

As lojas remanescentes de produtos de R\$ 1,99 que se preparam. A gigante japonesa Daiso-Sangyo vai abrir sua primeira unidade no país em maio. A rede, que tem mais de R\$ 8 bilhões em vendas, 2,5 mil lojas no Japão e mais de 550 lojas espalhadas em 24 países, está concluindo os trabalhos para inaugurar sua primeira loja no centro de São Paulo. A empresa é famosa por oferecer grande diversidade de produtos com preços baixos em espaços que vão de 300 a 4 mil metros quadrados.

No Japão, a varejista tem 65% do mercado de produtos de 100 ienes (o mesmo que lojas de R\$ 2,22, a versão japonesa do brasileiro R\$ 1,99) e comercializa artigos de higiene, louças, acessórios, ferramentas, papelaria e até alimentos. Esta última categoria, num primeiro momento, não será vendida no país. “Por conta da regulação para a venda de alimentos vamos focar, neste primeiro momento, na importação de produ-

RAIO X DA DAISO

Operação da gigante de R\$ 1,99

FATURAMENTO

R\$ 8 bilhões

Nome	Daiso Industries Co.
Criação	Dezembro de 1977
Presidente	Hirotake Yano
Número de lojas	2,5 mil no Japão e outras 563 em 24 países

Fonte: empresa

tos de produtos do Japão e China”, afirmou Keisuke Ohno, um dos responsáveis pela operação da Daiso no Brasil. Produtos de papelaria, com motivos japoneses, e utensílios domésticos serão destaque da loja, que será instalada próxima a estação São Bento do Metrô.



Divulgação

A expectativa é que a empresa traga para o país também seu conceito de distribuição logística, uma vez que conta com centros de distribuição no Japão e três em outros mercados.

Expansão internacional

Desde 2003, a rede vem investindo para abrir novas fronteiras de atuação, de olho em mercados emergentes como Romênia, Arábia Saudita, Coreia do Sul, Indonésia, Tailândia e Qatar. A entrada na América do Sul começa pelo Brasil e foi anunciada discretamente durante ação no Festival do Japão, no final de 2011, onde foi montado um estande com amostras dos produtos da rede aberta por Hirotake Yano em 1972.

O negócio de Yano nasceu com o nome de “Shoten Yano”, uma loja de rua especializada na venda de produtos de 100 ienes. Em 1977, o empresário fundou a Daiso-Sangyo, uma franquia da loja de variedades, focada no baixo preço. A empresa conta hoje também com um site de comércio eletrônico, que atende apenas o mercado japonês. ■

A empresa não quer ficar em uma loja só. A expectativa é que depois de instalada a primeira unidade, a rede parta para o mercado de franquias. Antes disso, no entanto, o grupo ainda tem de vencer alguns obstáculos no país. “Enfrentamos muita burocracia para abrir a empre-

sa no Brasil”, conta Ohno, que está tendo problemas com o registro do nome da empresa no país, por exemplo. Para acertar os últimos detalhes da operação, chega ao Brasil nesta semana o gerente geral de operações da Divisão Global Business da Daiso, Makoto Ohno.