

## **Redes menores devem unir forças contra a concorrência**

*Flávia Milhassi*

Tudo indica que este ano a tendência será de uma mudança no cenário supermercadista, em que a área de fusões e aquisições será impulsionada pelas pequenas e médias empresas do ramo, uma vez que os grandes players como o Grupo Pão de Açúcar (GPA), Walmart e Carrefour encontram-se em momento delicado. A afirmação é de Roberto Nascimento Azevedo de Oliveira, pesquisador e professor do Núcleo de Estudos do Varejo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), que falou ao DCI sobre o novo panorama deste mercado no Brasil.

Segundo o especialista, com as pequenas empresas crescendo 15% ao ano, as fusões ou aquisições tendem a ocorrer neste nicho de mercado. "É possível perceber um movimento mais significativo nas pequenas e médias como é o caso da Cencosud, que ampliou suas operações ao comprar redes que atuavam no Rio de Janeiro e em Sergipe."

Ainda com a análise do especialista, os nomes de maior peso não tomarão decisões estratégicas neste ano devido a experiências anteriores e ao processo sucessório em que se encontra a líder do País. "O Walmart e o Carrefour não farão negociações, pois ainda estão assimilando as transações feitas no passado, e o Pão de Açúcar, por estar neste momento transitório", explica, e completa:

"Acredito que as médias, que são regionalizadas, como a Enxuto, de Campinas, a Lopes, de São Paulo, e a Condor, do Paraná, podem ser as redes que mais movimentarão o setor neste ano, ao crescerem dentro de suas regiões e na busca de um número maior de clientes".

A opinião também é reforçada por outra especialista, Celina Ramalho, da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas (FGV-Eaesp). "A classe C, por representar 55% da população com poder aquisitivo [o que dá em torno de 100 milhões a mais de pessoas consumindo], faz com que investidores estrangeiros e nacionais voltem sua atenção às redes que atuam nesse nicho", explica.

Pesquisa realizada pela consultoria KPMG aponta que no ano passado o Brasil apresentou um número expressivo de negociações, com 817 operações de fusão e aquisição que envolveram direta ou indiretamente empresas brasileiras, número esse maior que o visto em 2010, quando foram constatadas 726. O setor supermercadista ocupa a 25ª posição deste ranking, com três transações no período. A chilena Cencosud adquiriu as operações da carioca Presounic em novembro do ano passado, o que a fez permanecer em quarto lugar no ranking da Associação Brasileira de Supermercados (Abras). Em entrevista anterior ao DCI, Carlos Conley, diretor-geral da rede, afirmou que por enquanto, a Cencosud não deverá fazer mais nenhuma aquisição. "Acredito que o nosso desafio neste momento não é o de comprar mais empresas, mas sim o de estabelecer e consolidar a nossa marca. Não temos metas fixas, mas queremos ser respeitados e bem-vistos no mercado", disse Conley.

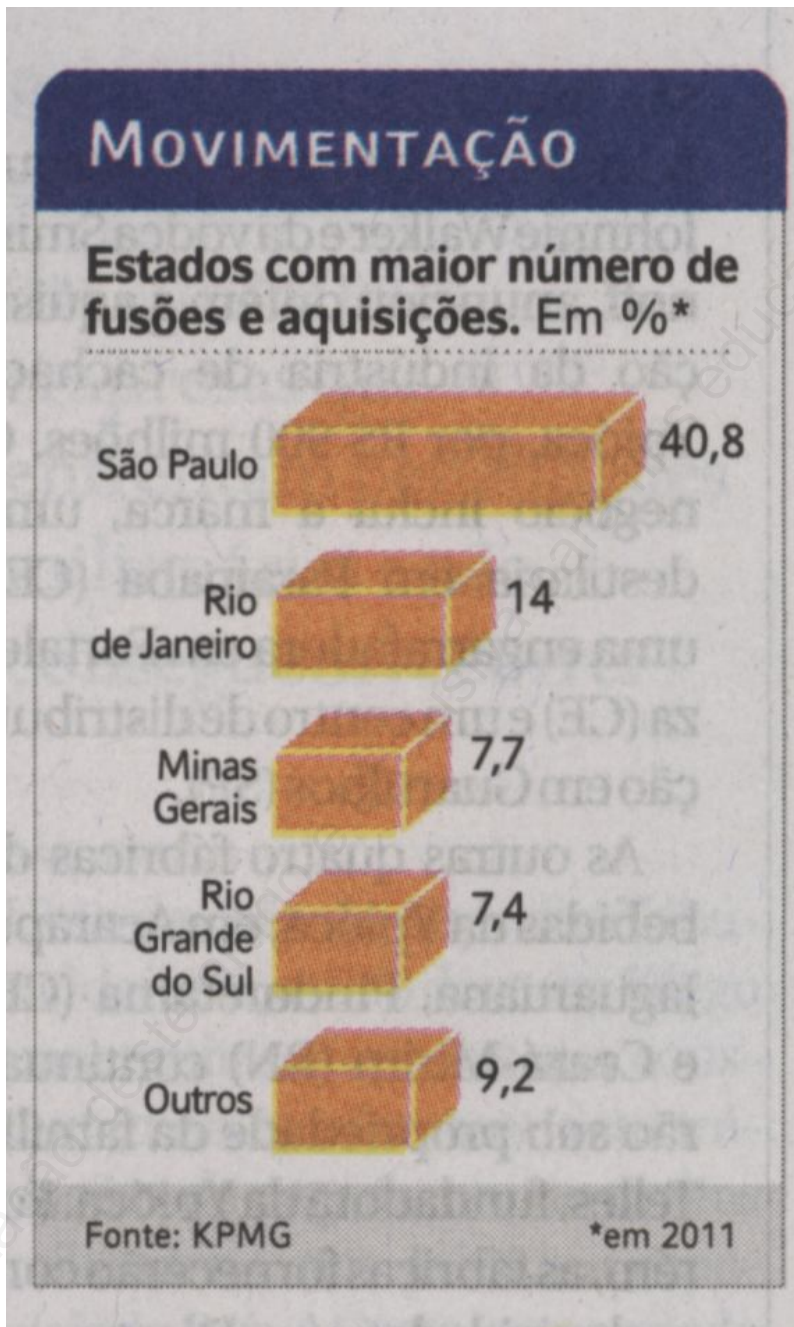
Em dezembro do ano passado foi a vez da rede Sonda Supermercados de ampliar a atuação no varejo interno, ao comprar duas bandeiras paulistas: a Economax e a Sim Supermercado. Dos estados com maior número de transações, destaque para São Paulo com 40,8% das operações; Rio de Janeiro com 14%; Minas Gerais com 7,7% e Rio Grande do Sul com 7,4% no ano passado.

### **Histórico**

Desde 1994 o setor supermercadista, que representa 54% do Produto Interno Bruto (PIB), amplia a participação no mercado por meio de fusões e aquisições. De junho de 2002 a 2009, o Grupo Pão de Açúcar comprou as operações da rede Sé Supermercados, de São Paulo, e associou-se ao Sendas, do Rio de Janeiro. Para cravar o título de primeira do setor, posição antes ocupada pela rede francesa Carrefour, passou a mirar outros horizontes e formou uma joint venture (associação de empresas) com o Assai, quando passou então a atuar nas

operações de atacado, popularmente chamadas de "atacarejo". A estratégia também foi vista pelo Carrefour, ao comprar o Atacadão.

Outra gigante a ampliar atuação no País, ao comprar de redes menores, foi o Walmart, que adquiriu as redes BIG, da Região Sul, e Bom Preço, da Nordeste.



Fonte: DCI, São Paulo, 29 maio 2012, Primeiro Caderno, p. A8.