**Novos investimentos em lojas de conveniência**
*Amundsen Limeira*

Revendedores e distribuidores destinam R$ 1,2 bilhão para construir, reformar e equipar os postos de combustíveis. O ano de 2003 promete marcar o início de uma nova onda de investimentos na abertura de lojas de conveniência em postos de serviço no País. Até o fim do exercício, o faturamento do setor deverá alcançar R$ 1 bilhão, depois de registrar uma receita de R$ 875 milhões, em 2002. Além disso, embalados pelo crescimento médio desses estabelecimentos na faixa de 20% ao ano, revendedores e distribuidores anunciam que, até 2005, pretendem investir R$ 1,2 bilhão em equipamentos, reforma e construção de postos de combustíveis dotados de serviços de conveniência. Assim, entre 2003 e 2005, o número de lojas saltará de 1.633 para 4.181, todas operando pelo sistema de franquias.

"Se não tivéssemos uma taxa de expansão da ordem de 20% ao ano, esse investimento certamente seria bem menor", afirma Carlos Vieira de Mello, coordenador da comissão de lojas de conveniência do Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Combustíveis e Lubrificantes (Sindicom).

Vieira de Mello responde também pela gerência de produtos de conveniência da BR Distribuidora, dona da maior rede de franquias nessa área. A companhia, franqueadora da marca BR Mania, quer manter a liderança no mercado. No ano passado, encerrou o exercício com 581 lojas, 19% a mais em relação a 2001, e planeja chegar ao final de 2003 com um total de 700 unidades. A meta é chegar a um total de 1.450 unidades nos próximos oito anos.

A Petrobras começou a operar no segmento de lojas de conveniência em 1994. O foco da empresa é agrupar o máximo de serviços possível "para atender a um consumidor que hoje em dia exige cada vez mais serviços do posto de combustível", acrescenta Mello.

Além de trabalhar com elevada taxa de crescimento, as lojas de conveniência têm outros atrativos. Nos postos equipados com esses estabelecimentos, a revenda de combustível é cerca de 15% maior. Ao mesmo tempo, a loja de conveniência chega a representar até 50% da margem bruta praticada pelos postos. Por tudo isso, o grupo Ipiranga, segundo no ranking das lojas de conveniência em postos de serviço, confirma que até o fim deste ano investirá R$ 5 milhões na abertura de mais 100 estabelecimentos em todo o País.

"Retomaremos os investimentos nessa área. A companhia vinha em um ritmo de 60 lojas por ano, mas em 2003, com a melhor capitalização do setor, esse número chegará a 100 novas unidades", informa Hélvio Varjão, gerente de franquias do grupo Ipiranga.

"Somente no primeiro trimestre foram inauguradas 12 lojas no Rio Grande do Sul e Oeste de Santa Catarina", declara Hélvio Varjão, gerente de franquias do grupo Ipiranga, que em 2002, destinou R$ 3,5 milhões na abertura de mais de 40 unidades e fechou o ano com 423 lojas em sua rede de postos, 44 a mais quando comparado ao exercício anterior. Nesse período, o faturamento das suas lojas de conveniência cresceu 29%, passando de R$ 124 milhões para R$ 160 milhões. Além das franquias, a distribuidora tem parcerias com lavanderias, locadoras de vídeo, drogarias entre outros serviços.

Para um segmento restrito aos postos de combustíveis e que ainda não completou dez anos de vida R$ 1 bilhão de faturamento "é um resultado bastante expressivo". O comentário é de Flávio Santiago, gerente da divisão de lojas e franquias da Esso, dona da marca Stop & ShopHungry Tiger.

Pioneira na instalação de lojas de conveniência em postos de combustíveis e serviços, a Esso mudou sua estratégia nessa área. Com 342 unidades em funcionamento na sua rede de 2,5 mil postos em todo o País, "a nossa estratégia este ano é consolidar a rede de lojas já existentes", afirma Santiago.

Mas enquanto a pioneira Esso fala em consolidar a estrutura existente, a novata Agip do Brasil quer crescer e ocupar um lugar entre as grandes. Empresa de origem italiana, subsidiária do grupo ENI, a Agip atua na comercialização e distribuição de GLP no País desde 1953. Ingressou no setor de distribuição de combustíveis no final da década de 1990 e no ano passado já acumulava 25 franquias de lojas de conveniência em seus postos.

"Abriremos mais 20 até o final de 2003", conta Carlos Alberto Pamplona, diretor comercial da divisão de combustíveis da Agip do Brasil. Na opinião de Pamplona, a loja de conveniência é uma importante fonte adicional de receita. "Aumenta bastante a rentabilidade por m do revendedor", observa. De acordo com levantamento realizado pelo Sindicom, atualmente, as principais distribuidoras de combustíveis detêm cerca de 20 mil postos de revenda em todo o País e apenas 10% contam com lojas de conveniência. Dos 5 mil municípios brasileiros, 340 têm pelo menos uma dessas lojas. Por isso, além de ampliar a rede para fora dos grandes centros, o objetivo é intensificar também a atuação nas metrópoles, chegando aos subúrbios e bairros da periferia. No que diz respeito à distribuição desses estabelecimentos, a maior concentração está no estado de São Paulo, com 27,4%, seguido do Rio Grande do Sul, com 14,1%, e do Rio de Janeiro, com 11,8%.

kicker: O setor espera contar com 4181 pontos-de-venda até 2005, todos operados por franqueados

**Gazeta Mercantil 22/04/2003**