

Redes médias avançam com consolidação

Essas empresas, que ocupam entre a 11ª e a 50ª posição no *ranking*, têm apresentado grande rotatividade e devem mudar o cenário do setor

SÃO PAULO

As redes médias do setor supermercadista têm registrado nos últimos três anos um período de maior movimentação no segmento, por conta de investimentos em consolidação de marca entre empresas intermediárias, além de um vaivém de fusões e aquisições. Essas redes, que ocupam da 11ª à 50ª posição, têm apresentado rotatividade tão grande, que devem mudar o cenário do setor este ano, e inclusive incomodar ainda mais as supermercadistas líderes que atuam no País, como Grupo Pão de Açúcar (GPA), Carrefour e Walmart.

Conforme posicionamento no *ranking* da Associação Brasileira de Supermercados (Abrás), como aponta o último levantamento, feito no ano de 2011, diante dessa rotatividade novos *players* despontaram no mercado com fortes investimentos para figurarem inclusive entre as 30 primeiras redes que lideram o segmento. Os nomes que se destacaram nessa invasão agressiva do mercado e aparecem no *ranking* da entidade pela primeira vez, por conta de seus crescimentos expressivos, são a Rede Comper, cuja razão social é SDB Comércio de Alimentos Ltda..

A empresa tem forte atuação na Região Centro-oeste do País, mas sua sede é em São Paulo. Além dela há a paranaense Companhia Sulamericana de Distribuição. No *ranking*, elas atingem respectivamente a 15ª e a 23ª po-

→ AQUISIÇÕES

«Até mesmo empresas acomodadas, como a Bretas e a Prezunic, começaram a pensar em ser agregadas»

CLAUDIO FELISONI
COORDENADOR, PROVAR

→ POLÍTICA DE JUROS

«Em 2012 teremos um início mais lento, mas com aceleração forte no segundo semestre, decorrente das políticas de juros mais baixos»

ÁLVARO FURTADO
PRESIDENTE, SINCOVAGA

sição. Outra beneficiada com a expansão do setor é a Condor Super Center. A bandeira começou pequena no Paraná e, com financiamentos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), tem subido uma posição nos últimos dois levantamentos. A rede atingiu em 2011 a meta de faturamento prevista para 2014, ou seja, R\$ 2 bilhões. Assim, pode brigar por mais duas posições e alcançar até o lugar de outra líder.

“Com as oportunidades, até mesmo empresas que parecem acomodadas, como a Bretas e a

Prezunic, começaram a pensar na possibilidade de serem agregadas”, disse Claudio Felisoni, coordenador do Programa de Administração de Varejo (Provar). A Cencosud, que aparece na classificação da Abrás como a 4ª maior varejista, através da bandeira nordestina GBarbosa, em abril comprou a baiana Perini e em outubro, a mineira Irmãos Bretas, que era a sétima colocada na pesquisa, com mais de R\$ 2 bilhões de faturamento. Assim, a GBarbosa que contava com 52 lojas, passou em 2011 para 131. Sem falar da carioca Prezunic, adquirida ano passado pela Cencosud (GBarbosa) por R\$ 875 milhões. O desempenho fez a GBarbosa ficar acima de outra líder do mercado, a Companhia Zaffari.

Com relação ao *ranking* 2011 da Abrás, a paulista Savegnago e a piauiense Carvalho e Fernandes se beneficiaram da saída da Bretas, avançaram um posto cada uma e foram, respectivamente, para a 17ª e a 18ª posição. A rede Giassi, de Santa Catarina, também passou a fazer parte do seleto grupo das 20 maiores, com a abertura de mais uma loja. Outra novidade entre as 50 primeiras colocadas é a presença da Germans Distribuidora de Comestíveis Ltda., empresa carioca dona dos Supermercados Campeão, que chegou ao 40º lugar.

Nordeste em foco

De olho na nova classe consumidora do mercado nordestino, um dos beneficiados pela ascensão da classe C, uma das redes que têm chamado a atenção com um rápido crescimento é a baiana Atakadão Atakarejo, que iniciou a expansão no ano de 2008, quan-

do inaugurou 3 lojas com a bandeira, além da primeira que já operava desde 1994 sob a bandeira Atakarejo, e que foi migrada também em 2009 para criar uma padronização. Em 2010, a marca inaugurou uma megaloja e, agora, atribui o sucesso à referência ao baixo preço.

No *ranking* de 2009, a supermercadista da Bahia ocupava a 93ª posição, e já em 2010 subiu para 46ª. A movimentação continua no último ano, e a rede tem desbancado bandeiras que operam com mais de 20 lojas ao atingir, com apenas 5 pontos de venda, a 39ª posição no *ranking* 2011, que tem sua classificação baseada no faturamento das empresas. No estado, a rede fica atrás apenas, em um total de 13 posições, da Empresa Baiana de Alimentos, que contava com 300 lojas até o fechamento do último estudo de marcas feito pela Abrás.

Estratégia

Além dos novos nomes que aparecem no mercado e das aquisições que favorecem algumas empresas, outro motivo para que o segundo escalão das supermercadistas tenha chamado a atenção dos investidores é a aposta no modelo do “atacarejo”, que envolve no mesmo negócio tanto a venda por atacado, para transformadores como pizzarias, restaurantes, padarias, lanchonetes etc. quanto a venda a varejo, ao público final, que tem chamado a atenção da classe C em expansão.

“Mais de 30 milhões de pessoas passaram das classes D ou E para algo entre 4 e 10 salários mínimos, mas a renda continua baixa”, ex-

plica Felisoni. “É por isso que esses modelos que chegam agressivos no barateamento de preços têm uma vantagem grande sobre a concorrência”.

Segundo o presidente do Sindicato do Comércio Varejista de

Gêneros Alimentícios do Estado de São Paulo (Sincovaga), Álvaro Furtado, no que se refere aos modelos de lojas tanto o “atacarejo” como a loja de vizinhança seguem como tendência para 2012, havendo ainda espaço para a abertura de

hipermercados, sobretudo em regiões em que se inauguram *shoppings*.

“O modelo ‘atacarejo’ será especialmente incrementado e nele acontecerá um enfrentamento ainda maior de equipamentos das megaempresas do setor”, ressalta o especialista.

Na região da Grande São Paulo, para se ter ideia, os modelos de loja de vizinhança e de conveniência estarão, cada vez mais, entre as alternativas para de empresas menores, que deverão aproveitar nichos de mercado para um atendimento personalizado e de qualidade para um consumidor cada vez mais exigente. “Em 2012 teremos um início mais lento, mas com aceleração forte no segundo semestre, decorrente das políticas governamentais de juros mais baixos, o que levará à expansão do consumo”, finaliza.

CÍNTIA ZAGATTO
CAMILA ABUD

Publicamos 5.987 reportagens sobre

SUPERMERCADOS

www.dci.com.br

www.panoramabrasil.com.br

Abrás estima que as 50 maiores geraram R\$ 128 bi

No grupo formado pelas 50 maiores empresas listadas pelo Ranking Abrás 2011, a perspectiva é elas sejam responsáveis pelo faturamento médio de R\$ 128,8 bilhões. Juntas, essas empresas somaram em torno de 6.041 mil lojas, das quais há uma projeção de praticamente 500 mil pessoas empregadas — isso com relação ao ano de 2010, até então o último relatório apresentado pela entidade. A Abrás, inclusive, apresentará números mais recentes do setor hoje (31).

Ainda com relação ao varejo, Claudio Felisoni, do Provar, diz que das 80 maiores varejistas do País, das quais um grande número é do segmento supermercadista, registraram crescimento de 25% em 2010. Já as 5 primeiras cresceram 12%, dentro do setor de varejo. “Notamos que as redes intermediárias têm comemorado um maior crescimento, porque o setor tem dado oportunidade, e isso deve se manter”, explicou o executivo do Provar.

Como comemoração da importância do setor, o Grupo Radar resolveu entregar a Tiarajú Pires, superintendente da Associação Brasileira de Supermercados (Abrás), o prêmio Visão de Futuro do VII Encontro do Setor de Feiras e Eventos pela sua atuação no setor de Turismo de Negócios em 2011. A cerimônia será feita no dia 2 de fevereiro, no Ball Room do Sheraton WTC-SP, na capital.