

# Supermercado médio tem caixa de bilhões

SÃO PAULO

Como a demanda de consumo das classes C, D e E é cada vez maior, redes regionais médias do setor supermercadista têm crescido bem acima da média do setor: cerca de 25% ao ano. Há casos de bandeiras que já ultrapassaram a casa de bilhões de reais em receita, como a Condor Super Center. Ela começou pequena no Paraná, e com financiamentos do BNDES ampliou a atuação até atingir no ano passado meta de faturamento prevista para 2014: cerca de R\$2 bilhões.

Além dela, bandeiras como a Comper, com forte atuação no Centro-Oeste, e da paranaense Companhia Sulamericana de Distribuição passaram a incomodar, cada vez mais, os líderes Pão de Açúcar, Carrefour e Walmart, nas suas regiões.

A forte rotatividade das bandeiras que ocupam da 11ª à 50ª

posição do *ranking* da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), indica ainda que a onda de aquisições vista nos últimos três anos permanecerá forte em 2012, o que deve mudar o cenário do mercado este ano, com novos *players*.

“Com as oportunidades, até mesmo empresas que pareciam acomodadas começaram a pensar na possibilidade de serem agregadas”, disse Claudio Felisoni, coordenador do Programa de Administração de Varejo (Provar), sobre a onda de aquisições.

Prova disso é a expansão da chilena Cencosud, que através da bandeira nordestina GBarbosa saiu às compras e levou, nos últimos dois anos, a baiana Perini, a mineira Bretas e a carioca Prezunic. Assim, a GBarbosa ultrapassou outro líder, a Companhia Zafari. A paulista Savegnago e a piauiense Carvalho e Fernandes

também têm se tornado nomes cada vez mais fortes, além da catarinense Giassi. No Nordeste, a baiana Atakadão Atakarejo, criada em 1994, tem hoje cinco lojas e espera faturar R\$ 100 milhões — ficando atrás apenas de bandeiras como a Baiana de Alimentos, com mais de 300 unidades.

Para o presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios do Estado de São Paulo (Sincovaga), Álvaro Furtado, os modelos “atacarejo” e loja de vizinhança são as tendências para 2012. “Há ainda espaço para a abertura de hipermercados, em regiões com novos *shoppings*”.

Entre as líderes, as novidades são do Pão de Açúcar de olho em seus índices de eficiência em CO<sub>2</sub>, e o Carrefour trocando o comando da empresa na Europa.

CÍNTIA ZAGATTO

CAMILA ABUD

→ COMÉRCIO | PÁG. 48