

# Grandes redes vão abrir 400 lojas até o Natal

**Adriana Mattos**  
De São Paulo

Num momento em que a economia passa a dar sinais de retomada, as maiores redes de varejo de capital aberto deslancham projetos mais agressivos de crescimento. Algumas varejistas vão tentar se recuperar dos últimos resultados fracos por meio da abertura de centenas de lojas — quase 400 devem ser abertas até dezembro —, que precisam estar em operação no Natal. Pontos novos registram tráfego de consumidores 20% a 30% maior do que as lojas antigas. Fazem parte desse conjunto de empresas com planos mais audaciosos o Pão de Açúcar (com as redes Extra, Casas Bahia e Ponto Frio), Lojas Americanas, Magazine Luiza, Riachuelo e Drogasil. **Página B5**

# Grandes redes devem abrir quase 400 lojas até o Natal

Adriana Mattos

De São Paulo

Num momento em que a economia começa a dar sinais de uma possível retomada neste segundo semestre, as maiores redes de varejo de capital aberto do país colocam na rua projetos mais agressivos de crescimento orgânico. Algumas varejistas vão tentar se recuperar dos últimos resultados apáticos por meio de uma acelerada abertura de centenas de lojas que precisam estar em operação até o Natal. Segundo dados dos últimos balanços, as sete maiores redes do setor se preparam para abrir 382 lojas no segundo semestre do ano no Brasil. São 89 lojas acima do registrado no mesmo período de 2011.

O volume previsto equivale a duas novas lojas por dia sendo inauguradas até o fim do ano. Pontos novos registram aumento de tráfego de consumidores entre 20% e 30%, em média, em relação a lojas antigas.

Dados de balanço mostram que os investimentos já realizados pelo setor em 2012, (que incluem aberturas de pontos e depósitos, reformas e tecnologia), já superam o realizado em 2011. De janeiro a junho, as redes de capital aberto investiram R\$ 1,385 bilhão no país, volume 20,4% superior ao aplicado no mesmo intervalo de 2011.

Apenas em novas lojas e aquisições de terrenos, foram R\$ 578 milhões na primeira metade de 2012. No mesmo período de 2011 foram R\$ 360,4 milhões — uma expansão de 60,4%. Com isso, a parcela de desembolsos em novos pontos dentro da soma total de investimentos passou de 31,3% em 2011 para 41,7% neste ano.

Fazem parte desse conjunto de empresas com planos mais auda-

ciosos o Grupo Pão de Açúcar (que inclui as redes Extra, Casas Bahia e Ponto Frio), Lojas Americanas, Magazine Luiza, Riachuelo e Drogasil.

No grupo de empresas mais conservadoras estão Walmart, Lojas Renner e Marisa. Necessidade de concluir processos de reestruturação de negócios, atrasos na abertura de shoppings e recente desaceleração da economia estão entre os fatores que explicam os planos de inauguração mais cautelosos.

Maior rede de varejo do país, o Pão de Açúcar disse acreditar numa "crescente" demanda e informou que manteve o plano de inaugurações previsto para 2012. Isso levará a companhia a abrir de 65 a 75 lojas (supermercados, hipermercados e loja de atacado) no segundo semestre. O número estimado é cinco vezes maior que o volume de aberturas apurado na segunda metade de 2011. De janeiro a junho de 2012, a empresa abriu cinco pontos e a estimativa para o ano varia de 70 a 80 unidades. O grupo tem o maior projeto de inaugurações entre as empresas analisadas pelo Valor.

Na área de varejo eletroeletrônico, com Casas Bahia e Ponto Frio, o grupo prevê abrir de 50 a 60 novos pontos em 2012. Até julho, foram inauguradas oito lojas. Portanto, 42 unidades, no mínimo, precisam entrar em operação de julho a dezembro. Foram 14 pontos abertos nesse período em 2011.

"Mantemos o [número] previsto. Estamos tentando adiantar esse processo [de aberturas de lojas]", diz Enéas Pestana, presidente do Grupo Pão de Açúcar. "Normalmente, começamos a tratar das inaugurações no começo do ano, e como leva de 6 a 8 meses para conseguirmos abrir [uma loja], a inauguração sempre acaba caindo no segundo semestre. Estou tentando

iniciar esse ciclo no meio do ano para ter loja já mais ajeitada antes do segundo semestre", disse ele, em evento na sexta-feira, ao ser questionado pelo Valor.

A necessidade de as redes ampliarem a base de cobertura pelo país, aumentando os ganhos de escala e abrindo espaço para uma alta maior da rentabilidade, explicam a busca por novos pontos. Forte aumento no ambiente competitivo, que leva as companhias a buscarem praças inéditas de atuação, também tem peso no resultado. Em períodos de poucas aquisições no varejo, a expansão orgânica torna-se o caminho único para ocupar essas novas regiões e ampliar a escala de vendas.

## No primeiro semestre deste ano, varejistas de capital aberto investiram R\$ 578 milhões em lojas e compra de terrenos

Há analistas que acham possível atingir essas metas, mas há riscos nesse processo. "As lojas terceirizam tudo numa obra e a rede só pressiona se o prazo começa a ficar apertado", disse Mauricio Morgado, do Centro de Excelência em Varejo da FGV-Eaes. "O problema é que muitas vezes, é um corre-corre enorme para entregar o prometido. No ano passado, tivemos lojas abrindo em dezembro, às vésperas do Natal. Um ponto desse só vai operar mesmo em janeiro, quando a venda despenca. Com isso, demora mais para se pagar a loja".

A Lojas Americanas é a segunda rede com o plano mais agressivo, seguido pela Lojas Riachuelo. Na rede de departamentos, foram 28 lojas abertas de janeiro até metade de agosto e faltam, pelo menos, 82

unidades da Lojas Americanas a serem inauguradas em cerca de quatro meses para alcançar a meta de 110 a 120 aberturas em 2012. A companhia informa que tem parte dos pontos no portfólio. "São mais de 80 lojas contratadas ou em estágio avançado de negociação, o que demonstra o comprometimento da companhia na execução do programa de expansão", informa a rede em relatório de resultados.

As próprias empresas trouxeram o assunto para debate junto à analistas na apresentação de resultados neste mês. Uma delas foi a Renner. A companhia abriu sete pontos de janeiro a junho e, para chegar à meta de 25 a 30 novas lojas em 2012, teria que abrir, no mínimo, 18 unidades de julho a dezembro — número inferior aos 21 pontos inaugurados na segunda metade de 2011.

O vice-presidente financeiro da Renner, Adalberto dos Santos disse, dias atrás, na divulgação de balanço, que a empresa "não iria comprometer a operação para bater metas". E se ocorrer a postergação de abertura de shoppings previstos para o fim do ano, a rede vai adiar aberturas para o começo de 2013. "Muitas vezes, as redes atiram para tudo quanto é lado e depois chega a conta", diz Luiz Góes, sócio da consultoria GS&MD.

Concorrente da Renner, a Marisa admite a freada nas inaugurações — devem ser 33 neste ano (26 a menos que em 2011) — devido a uma reestruturação das operações. A rede criou o projeto "mais por metro quadrado" para ampliar resultados em lojas já existentes. "Doze por cento das novas lojas inauguradas entre os anos de 2010 e 2012 não apresentaram o desempenho que esperávamos", disse para analistas Marcio Goldfarb, presidente da varejista.



**Enéas Pestana, presidente do Grupo Pão de Açúcar: Mantemos o [número] previsto. E estamos tentando adiantar esse processo [de abertura de lojas]"**