



O Ponto Frio também não perde tempo e acaba de inaugurar sua 11ª loja, em Samambaia

Estratégia que dá resultado

A estratégia das empresas nas camadas de menor renda da população tem dado resultado. A Casas Bahia, que mantinha, há três anos, a média de abertura de 30 lojas por ano, vai fechar 2004 com 69 novas unidades em vários pontos do País. O faturamento, por sua vez, deve chegar a R\$ 8 bilhões, 33% maior do que o obtido em 2003.

A estratégia da empresa é clara. O público-alvo, desde o início, são os consumidores das classes C, D e E. Como esta parcela da população privilegia as compras a crédito, a rede mantém para qualquer consumidor um crédito pré-aprovado de R\$ 700. Para comprar, basta ter o nome limpo na praça e apresentar um comprovante de residência.

Com esta vantagem, a empresa conseguiu conquistar uma parcela significativa da população, que são os trabalhadores informais. Eles são responsáveis por 70% do consumo da rede. E mais de 80% aproveitam a vantagem do crediário e pagam as prestações em dinheiro.

A abertura de lojas na periferia tem também uma explicação. Não é interessante para a rede que seus potenciais consumidores gastem o dinheiro com transporte até a loja. Esse valor pode ajudar a pagar uma prestação. A meta da empresa, segundo Michael Klein, diretor Administrativo e Financeiro, é formar uma clientela que sempre volte a comprar na loja.

A definição de um novo

ponto para instalação de uma loja é feita com base em algumas premissas. Primeiro, a cidade deve estar localizada em um raio máximo de mil quilômetros dos dois grandes centros de distribuição de produtos, localizados no Rio de Janeiro e em São Paulo. A cidade deve ter ainda população superior a 80 mil habitantes. Cumpridos estes requisitos, é observada a característica empreendedora do local, ou seja, analisa-se o potencial econômico e de público.

Se a empresa nota que os moradores de uma determinada cidade estão migrando para outras localidades para poder comprar é feita uma análise de mercado. As localidades promissoras passam a integrar o mercado da rede, que conta hoje com 404 lojas.