

# Crise de magazines favorece hipermercados

*Modelo de varejo muda com as dificuldades financeiras das grandes redes de lojas*

MÁRCIA DE CHIARA

Os hipermercados devem ampliar sua fatia de vendas no comércio em geral e consolidar-se como o grande modelo de varejo com a crise financeira de grandes redes como Mappin/Mesbla, Arapuã, Brasi-mac, G. Aronson, entre outras, segundo previsões de especialistas.

O avanço dos hipermercados sobre a concorrência – os supermercados, as lojas de departamentos e as especializadas – já se traduziu em números. Em 1993, os hipermercados respondiam por 19% do faturamento das 300 maiores redes de supermercados e saltaram para 33% em janeiro deste ano, segundo estimativas do diretor da Mixxer, consultoria de varejo, Eugenio Foganholo.

Estudos da indústria mostram que os supermercados detêm 18% da distribuição de eletroportáteis e devem abocanhar 30% no ano 2000.

“Os hipermercados tendem a crescer com o enfraquecimento das redes especializadas”, prevê Foganholo, destacando que esse modelo de loja é extremamente eficiente. Isto é, o seu custo operacional em relação ao faturamento é pequeno, quando comparado com o de outros modelos varejistas, como as lojas de departamentos, as especializadas e os supermercados tradicionais, exemplifica.

Além disso, como trabalham com preços baixos, especialmente nos eletroeletrônicos, que são usados como chamariz de vendas, os hipermercados ganham mercado em épocas de crise.

O avanço dos hipermercados, exemplifica o consultor de varejo



Lojas especializadas em eletrodomésticos perdem espaço para grandes redes de hipermercados

jo Marcos Gouvêa de Souza, pode ser observado nos planos das grandes redes para este ano. O Carrefour, o Grupo Pão de Açúcar e o grupo português Sonae programam inaugurar, cada um, até cinco hipermercados ainda este ano. “A concentração

nos hipermercados vai reduzir o espaço das redes especializadas”, diz Gouvêa de Souza, para quem, em três anos, não vão restar mais que três grandes redes especializadas em eletroeletrônicos.

**Decadência** – De 1994 a 1996, as lojas de eletroeletrônicos cansaram de ganhar dinheiro por conta da estabilização dos preços e da volta do crediário de longo prazo, assinala Foganholo. De lá para cá, a situação inver-teu-se, com a alta dos juros – em reação às sucessivas crises finan-

ceiras internacionais – e a retração nas vendas.

O resultado é que, nos últimos 12 meses, redes especializadas com renome nacional ou de expressão regional pediram concordata, como G. Aronson, Arapuã, Casa do Rádio, Disapel, Brasi-mac, Lojas Paraíso, entre outras. E tudo indica que novos nomes devem engrossar essa lista, pois várias empresas já estariam atrasando sistematicamente o pagamento de aluguéis e de fornecedores.

“Isso é uma questão de tempo”, afirma um empresário do setor que prefere não ser identificado e acredita que as redes inadimplentes vão pedir moratória. As redes que não estão conseguindo honrar os compromissos em dia, explica o empresário, têm um custo operacional alto, estão extremamente inchadas e, provavelmente, não terão espaço no mercado daqui para a frente.

Segundo ele, as redes especiali-

zadas e as lojas de departamentos, que agora dão sinais de fragilidade, cresceram com a estabilização por causa da explosão das vendas a prazo. Elas recebiam o dinheiro das financeiras antecipadamente e pagavam os fornecedores com prazos dilatados, o que lhes garantia um bom fôlego financeiro.

Ocorre que, com o aumento dos juros e a recessão, as vendas a prazo despencaram. Só nos últimos dois meses, há redes que registraram retração de 25% nas vendas financiadas. Em contrapartida, os prazos dos fornecedores de eletroeletrônicos recuaram em cerca de 70% por causa da crescente onda de inadimplência por parte das lojas.

“A bicicleta parou de pedalar na subida”, ilustra um empresário do setor, e o resultado, a médio prazo, é a depuração do mercado, com as empresas deficitárias sendo incorporadas pelo capital estrangeiro ou pelas gigantes nacionais.

**SUPERMERCADO  
DEVE AMPLIAR  
PARTICIPAÇÃO  
EM 30%**