

Vestuário

Espanhola Desigual eleva competição no mercado da moda

SÃO PAULO

Motivadas pelo baixo desempenho, em especial do mercado europeu, redes de vestuário estrangeiras têm apostado no Brasil. Após a chegada efetiva da Gap e da Forever 21, ambas grifes norte-americanas de *fast fashion*, – e no ano passado da Topshop – no mercado nacional, agora é a vez da rede espanhola Desigual.

A primeira unidade da rede foi inaugurada ontem no shopping Pátio Higienópolis, em São Paulo (SP). A perspectiva da Desigual é ter 50 unidades no País até 2017. Na opinião do diretor executivo da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), José Luiz da Cunha, essa vinda em massa de grifes internacionais mostra a maturidade que o segmento de moda tem no País. “A entidade vê este processo com bons olhos, pois demonstra o nível de maturidade que o mercado brasileiro da moda e os consumidores têm demonstrado em nosso país. Está claro que, aliado a isso, temos um potencial de consumo atraente e as marcas, apesar de um ambiente custoso e burocrático, não querem deixar a oportunidade passar”, afirmou ao DCI.

Ainda na opinião de Cunha, esse número crescente de redes estrangeiras pode ser benéfica até para a indústria nacional. “A indústria brasileira se verá beneficiada também, pois essas empresas passarão a comprar no mercado interno. Num ambiente de competitividade, sabemos que promove benefícios

→ OTIMISMO

«A entidade vê este processo com bons olhos, pois demonstra o nível de maturidade do mercado brasileiro da moda»

JOSÉ LUIZ DA CUNHA
DIRETOR DA ABVTEX

econômicos e sociais, como a geração de empregos, o desenvolvimento tecnológico e o crescimento e profissionalização do setor”, disse.

Ainda segundo a ABVTEX, há espaço para muitas empresas de moda no Brasil, mas para isso é preciso cuidar para que aqueles que atuam de maneira legalizada, como os grandes varejistas já presentes, não sejam prejudicados por políticas que ignoram e protegem a informalidade no setor.

O cenário de vendas desaceleradas no varejo nacional parece não intimidar as grifes estrangeiras. A Gap, por exemplo, vai inaugurar sua segunda unidade em São Paulo, no Shopping Morumbi, no começo de novembro.

A perspectiva é que a rede norte-americana de *fast fashion* tenha, até 2014, quatro unidades em operação, sendo uma no Rio de Janeiro e outra em Porto Alegre, ambas em shopping centers. Em breve, São Paulo e Rio de Janeiro terão lojas da Forever 21.

FLÁVIA MILHASSI

VAREJO

Empresas menores viram alvo de compradores estrangeiros

Após movimento de fusões e aquisições envolvendo grandes varejistas, redes médias são foco de companhias internacionais por retorno mais rápido

SÃO PAULO

Pequenas e médias varejistas são o principal foco de investidores estrangeiros. Após uma procura intensa por grandes companhias nos últimos anos, redes menores são o novo alvo, permitindo um crescimento a curto prazo.

O maior conservadorismo de investidores, impulsionado pela situação político-econômica brasileira, alimenta a procura por empresas menores. Segundo o sócio-diretor da consultoria de varejo e franquias ba|Stockler, Luis Henrique Stockler, “o fato de estrangeiras comprarem médias e pequenas tem como principal objetivo aumentar a representatividade no mercado (*market share*) e crescer no curto espaço de tempo, mesmo sendo um investimento arriscado.”

De acordo com relatório feito pela Merrill DataSite, o Brasil é hoje o principal alvo para fusões e aquisições (F&A) de empresas na América Latina. O País é responsável por 69,9% das negociações entre 1º de julho e 30 de setembro deste ano. Ao todo foram 77 transações e US\$ 15,3 bilhões envolvidos. O segundo colocado é o México, com 19 transações e movimentação de US\$ 3,2 bilhões.

“A economia do País cresce de maneira democrática, principalmente por estar vinculado à estabilidade política”, aponta Stockler. “Pela terceira vez consecutiva o Brasil lidera a lista da Global Retail Development Index, da AT&Kearney, que mede o desenvolvimento das nações no varejo. Isso para o investidor é uma mina de ouro”.

Os sócio-diretor da assessoria financeira Brasileira, Gustavo Junqueira, confia em um ritmo reduzido no mercado de F&A, mas informa que investidores estrangeiros descartam qualquer tipo de colapso brasileiro. “A preocupação com eventual colapso mudou para a percepção de que o crescimento do PIB não vai ser de 4%, mas de 2%, 1,8%. Desse modo, investidores olham esse crescimento, mas há uma distância entre a expectativa destes e dos vendedores.”

A preferência por companhias de menor porte também se deve à desaceleração da procura por grandes varejistas. O sócio da consultoria MESA Corporate Governance, Luiz Marcatti, afirma que “há uma retração no mundo dos investimentos, não porque falta dinheiro, mas pela disposição em investir. É mais fácil comprar pequenas estruturas e ir crescendo aos poucos. Há ainda muitas oportunidades, principalmente quando se olha para redes regionais.”

Marcatti cita alguns exemplos e destaca o atacarejo. “Em qualquer área do varejo, há redes regionais que podem ser interessantes, seja em supermercados ou eletroeletrônicos. Mas o atacarejo chama atenção. Ainda existem muitas cadeias familiares, com exceção de Assaf e Atacadão”, ressalta. “As familiares tem dificuldade em crescer no atual cenário econômico, mas muitos têm faturamento superior a R\$ 1 bilhão por ano.”

O comércio eletrônico também pode ser uma opção promissora. “O *e-commerce* é um negócio rentável a longo prazo. O setor está em franca expansão, mas o investimento é demorado”, ressalta Luis Stockler. “Requer cuidados, planejamento, estratégias e ferramentas diferenciadas, ainda mais porque a concorrência no mundo virtual é maior do que no comércio comum. Quem não percebe isto tem grandes chances de se decepcionar.”

Já Gustavo Junqueira aposta no segmento de vestuário e não descarta uma consolidação entre players maiores. “É um mercado que continua crescendo. Acredito que pode haver consolidação entre algumas das gigantes como C&A, Renner, Riachuelo e Marisa, como se observou em construção civil e saúde”, aponta. “Escala no varejo é tudo, e muitas vezes essas lojas estão canibalizando a outra em termos de localização.”



Luis H. Stockler

«O BRASIL LIDERA A LISTA QUE MEDE O AVANÇO DAS NAÇÕES NO VAREJO. PARA O INVESTIDOR ISSO É UMA MINA DE OURO»

Captando investimentos

Segundo especialistas, o passo mais importante para empresas que buscam captar investimentos é a formalização e estruturação de seus processos. Junqueira alerta para a importância de um plano de negócio. “É preciso ter visão clara do modelo econômico financeiro integrado, sempre olhar para o tripé ‘investimento-financiamento-operação’. A demonstração de resultados deve estar integrada ao balanço financeiro e ao fluxo de caixa.”

Luiz Marcatti, da MESA Corporate Governance, ressalta a importância da formalização. “Isso dá mais confiança aos acionistas. Não se pode apenas pensar na intuição de mercado. O principal choque ocorre quando o empresário fixa um valor da companhia em mente e depois se decepciona com o valor real.”

Já para o consultor da ba|Stockler, Marcus Cordeiro, o passo inicial é contar com uma assessoria financeira. Em seguida, se faz a análise, o plano de negócio e outras etapas até chegar à análise das propostas. “Todas essas ações aumentam as chances de efetivar a transação no valor esperado, além de evitar que o empresário perca o foco na administração da empresa e torne o processo vulnerável em função dos aspectos emocionais”, conclui.

IGOR UTSUMI
LILIANA LAVORATTI

Publicamos 5.059 reportagens sobre

VAREJO

www.dci.com.br
www.panoramabrasil.com.br

CONSUMO

Varejo popular espera incremento de vendas de 15% com fim de ano

O período é marcado pelo número maior de turistas que vem a São Paulo para comprar presentes e decoração

SÃO PAULO // A proximidade do fim do ano faz com que a procura por regiões de comércio popular, como a Rua 25 de março, cresça significativamente e por consequência impulse o setor hoteleiro, em especial da Capital paulista. Dados da União dos Lojistas da Rua 25 de Março e Adjacências (Univinco), a partir deste mês de outubro o fluxo de circulação de pessoas passa dos habituais 400 mil diários para 800 mil, podendo chegar a 1 milhão entre o final de novembro e dezembro.

Quanto às perspectivas de venda dos lojistas da região, a expectativa é que haja um aumento de 15% na comercialização de diversos produtos em comparação com o ano passado.

A Câmara de Dirigentes Lojistas do Bom Retiro também comemora a data. Neste mês a circulação passa dos habituais 70 mil diários para 100 mil. A expectativa é que haja um aumento de 6 a 8% das vendas comparado com o ano passado.

O secretário Municipal para Assuntos de Turismo e presidente da São Paulo Turismo (SPTuris), Marcelo Rehder, explicou em nota que o aumento no fluxo de consumidores nesta época do ano se reflete no fluxo turístico da cidade. “São Paulo é o principal destino de compras do País. Muitas grifes internacionais possuem sua sede brasileira apenas na capital paulista e, em contrapartida, os melhores preços

podem ser encontrados aqui, em nossas ruas populares”, disse.

Ainda na opinião de Rehder, o final de ano atrai também um número maior de pequenos e médios empresários que vêm abastecer seus estoques para atender a demanda do Natal. “Acabamos atraindo não só o consumidor final, mas também o revendedor que encontra na cidade produtos diferenciados. Para São Paulo, isso é ótimo. Os turistas interessados em compras gastam mais na cidade, o que reflete não só no comércio e no turismo, mas em toda a economia”, afirmou.

«SÃO PAULO É O PRINCIPAL DESTINO DE COMPRAS DO PAÍS. ELA ATENDE TANTO O CONSUMIDOR QUANTO EMPRESÁRIOS DE OUTROS LOCAIS.»

Pesquisa

Levantamento feito pelo Observatório do Turismo, núcleo de pesquisas da SPTuris, no primeiro semestre de 2013, apontou que turistas interessados em comprar permanecem mais tempo hospedados nos hotéis de capital paulista.

Entre os quase 2.200 mil turistas pesquisados, 26% apontaram as compras como uma das principais atividades realizadas na cidade durante sua permanência sendo que, entre esses, a média de pernoites foi de 4,7 dias, enquanto a média geral era de 3,4 dias. Segundo o estudo, há também um aumento nas despesas realizadas na cidade no período de estadia: turistas que compram gastam, em média, R\$ 2.200,67, enquanto o gasto médio padrão é de R\$ 1.745,96, ou seja, 26% maior.

AGÊNCIAS

TRABALHO

Comércio e serviços vão ter 233 mil temporários

SÃO PAULO

Com a aproximação das festas de fim de ano, os lojistas se preparam para atender a demanda aquecida do Natal, ampliando o quadro de funcionários. Um levantamento realizado pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) revela que neste ano, 233 mil trabalhadores temporários devem ser absorvidos pelos setores do comércio

e de serviços e a maior parte das novas vagas será preenchida no mês de novembro.

Dos empresários consultados que têm a intenção de fazer alguma contratação, quase a metade (48%) afirmou que deixará para realizá-la no mês de novembro. Outros 27% afirmaram que pretendiam dar início as seleções no mês de outubro, 19% alegaram já ter realizado a contratação e apenas 5% esperariam até dezembro

para concretizá-las.

Na avaliação de Roque Pellizaro Junior, presidente da CNDL, “o ideal é que as contratações tivessem sido feitas até outubro, assim, os novos funcionários passariam por um período de treinamento e adaptação. No entanto, a pesquisa mostra que muitos empresários acabam deixando para reforçar o quadro de funcionários já no mês de novembro”. As perspectivas de vendas para o fim de ano esboçam um quadro positivo: 83% dos empresários esperam vendas iguais ou maiores do que as de 2012.

AGÊNCIAS

SMS

Envie mensagens para dispositivos móveis

RÁPIDO, PRÁTICO E EFICIENTE

BENEFÍCIOS

- ✓ Custo x benefício
- ✓ Maior efetividade na Comunicação
- ✓ Total privacidade e sigilo das informações
- ✓ Acesso a relatórios gerenciais completos
- ✓ Taxa de abertura superior ao e-mail



APLICAÇÕES

- ✓ Envie milhares de SMS simultaneamente
- ✓ Comunique-se com seus clientes, funcionários e fornecedores em segundos
- ✓ Ações de relacionamento
- ✓ Fidelização e ativação de clientes e prospects
- ✓ Pesquisas e Enquetes
- ✓ Cobranças e pagamentos

O sistema de SMS CMA Infra pode ser acessado de qualquer computador conectado à internet e oferece uma interface simples e intuitiva para uso e pode ser integrado com quaisquer outros sistemas.

CONHEÇA NOSSOS PLANOS

Ligue agora mesmo:
(11) 3053-2616

CMA *Infra*
www.cmainfra.com.br

