

Grupo Pão de Açúcar

GRUPO PÃO DE AÇÚCAR LANÇA CENTRAL DE NEGÓCIOS

Projeto piloto é realizado em parceria com a União Brasil

(São Paulo, 22 de outubro, de 2007) Num movimento estratégico, o Grupo Pão de Açúcar anuncia uma parceria com a União Brasil e dá início ao seu projeto piloto de atuação dentro do segmento de **Central de Negócios**.

Sem necessidade de investimento em ativos, a empresa vai dispor de seu **conhecimento comercial e logístico** com o objetivo de aumentar sua lucratividade por meio do segmento de varejo que mais cresce no Brasil: lojas menores, de até dez check-outs, que se abastecem por meio das Centrais de Compras.

Com isso, a operação irá permitir a varejista agregar valor ao seu negócio e avançar num mercado de grande potencial. O segmento de vendas de indretos apresenta elevados índices de crescimento. Segundo o mais recente estudo sobre o tema, realizado pela Associação Brasileira de Supermercados (Abrás), em 2005, considerando só as empresas cadastradas ao órgão, o segmento de Central de Compras faturou R\$ 14,2 bilhões, com alta de 13% sobre o ano anterior; no mesmo período, o segmento de auto-serviço alimentar cresceu 7,8%. Esse número é ainda maior quando consideradas as demais empresas não cadastradas a Abrás. Estima-se que em 2005 as Centrais de Compras brasileiras tenham registrado R\$ 17 bilhões de faturamento, o que significa **elevação de 18%** sobre 2004.

Com o acordo, o Grupo Pão de Açúcar que já opera com diferentes formatos de lojas - supermercados (Pão de Açúcar, Extra Perto, CompreBem e Sendas), hipermercados (Extra), lojas de conveniência (Extra Fácil) e a rede especializada em eletroeletrônicos (Extra Eletro), além de operações na internet -, poderá conhecer um **novo segmento de negócio e novos mercados** onde ainda não está presente, como é o caso do estado capixaba, onde o projeto piloto será realizado.

Para a **União Brasil** e empresas filiadas, a parceria também irá contribuir com maiores lucros, além de permitir redução e racionalização de custos. *“Além das vantagens trazidas ao Grupo, o acordo irá agregar valor ao pequeno varejo, que poderá se utilizar dos ganhos comerciais em razão dos altos volumes que negociamos e sortimento diferenciado. Para indústria, esse processo representa um forte canal para comercialização dos seus produtos”,* afirma **Ramatis Rodrigues**, diretor executivo comercial de alimentos do Grupo Pão de Açúcar. *“É um ganha-ganha, com vantagens para todos os envolvidos e especialmente para o consumidor que se beneficia de todo sistema”,* completa.

Esse tipo de operação, onde grandes supermercados abastecem os pequenos, já é adotado em outros países com grande sucesso. Segundo o superintendente da União Brasil

Supermercados Associados e da Multi Show Supermercados Associados, **João Francisco de Pinedo Kasper**, *“essa alteração irá provocar gradual redução no preço final dos produtos para o consumidor, em torno de 5%, e elevação de 20% no faturamento dos lojistas”*. Além disso, outras vantagens apontadas por Pinedo incluem maior variedade de mercadorias e o fim da falta de produtos nas lojas que hoje compromete em 8% as vendas dos pequenos varejistas.

Para implantação do projeto Central de Negócios, o Grupo Pão de Açúcar montou uma equipe exclusiva e há dezoito meses analisa as melhores oportunidades de operar o formato de maneira a agregar valor ao principal negócio da empresa: o varejo.

Após analisar diferentes operações e possíveis parceiros, o projeto desenhado pela varejista está baseado numa associação com uma já conceituada central de negócios, a **União Brasil**, federação que reúne duas Centrais de Compras, nos estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo, e mais três redes independentes (MT, MG e PE, com 203 lojas filiadas e faturamento anual superior a R\$ 1,6 bilhão. Entre os fatores que definiram o formato e parceiro, estão:

- o know-how e reconhecimento da União Brasil, que há três anos opera nesse mercado com uma forte carteira de clientes já formada e no Brasil é a representante da IGA (Independent Grocers Alliance) - entidade internacional que congrega mais de 4000 lojas, em 40 países, há 81 anos;
- o projeto piloto está voltado para o estado do Espírito Santo, que por sua vez está localizado próximo a uma Central de Distribuição do Grupo Pão de Açúcar, no Rio de Janeiro, facilitando o gerenciamento de toda cadeia de suprimentos e logística;
- a atuação do parceiro no mercado capixaba irá permitir a empresa varejista o conhecimento de novos mercados.

Nesse primeiro momento, a parceria irá atender exclusivamente a **Multishow** (central de compras filiada a União Brasil), com 52 lojas associadas e faturamento anual de R\$ 200 milhões. A expectativa do acordo é que em seis meses 70% dos produtos de mercearia comercializados pela Multishow sejam abastecidas pelo Grupo Pão de Açúcar. Os outros 30% dizem respeito basicamente a produtos de fornecedores regionais os quais são negociados diretamente pela União Brasil.

O faturamento inicial da Central de Negócios do Grupo Pão de Açúcar está previsto em R\$ 3 milhões/mês e deve dobrar após o primeiro semestre de 2008. Até o final do próximo ano, o valor negociado deve ser equivalente a média de uma loja de hipermercado. *“A grande oportunidade é que nesse formato não temos nenhum investimento em ativo ou de operação e existe um enorme potencial de crescimento”*, comemora Rodrigues.