

Supermercados de bairro lutam para não perder classes C e D

Ofensiva das grandes redes de varejo junto ao consumidor emergente preocupa donos de estabelecimentos menores

Por WALTER MENDES

As grandes redes de supermercados do país estão de olho na ascensão das classes C e D e vão destinar um terço dos R\$ 6,3 bilhões de investimentos anunciados para 2010 e 2011 para atingir o consumidor que ganha de três a dez salários mínimos, segundo definição da FGV.

No Amazonas, a situação não é diferente. Sem revelar números, o diretor regional do Carrefour em Manaus, Antonio de Menezes, informa que a rede também está mirando a faixa dos consumidores emergentes.

A notícia preocupa os proprietários de supermercados de pequeno e médio porte da cidade, que atravessam dias de vendas aquecidas, embora mornas. Para empresários do segmento ouvidos pelo Jornal do Comercio e que têm a maioria de sua clientela concentrada nessa faixa, o momento é de cautela.

Página A7



Fotos: Arquivo 3iC

Carrefour é uma das grandes redes que prometem injetar R\$ 2,1 bilhões nesse foco

Carrefour

Foco nas classes C e D preocupa donos de supermercados de bairro

Decisão do hipermercado é vista com cautela pelos empresários de menor porte, que tem nesse público emergente a principal fonte de seu faturamento

POR WALTER MENDES

As grandes redes de supermercado do país estão de olho na ascensão das classes C e D e vão destinar um terço dos R\$ 6,3 bilhões de investimentos anunciados para 2010 e 2011 para expandir os negócios para o consumidor que ganha de três a dez salários mínimos, segundo definição da FGV (Fundação Getúlio Vargas). A iniciativa destinará R\$ 2 bilhões para a abertura de novas lojas e reforma de unidades que já atendiam esse público.

No Amazonas, a situação não é muito diferente. Segundo o diretor regional do Carrefour em Manaus, Antonio de Meneses, a rede, que conta com seis hipermercados instalados na capital amazonense, já fez vários investimentos na região e também está de olho no crescimento da faixa dos consumidores emergentes. O dirigente, no entanto, prefere não revelar números sobre aportes de capital na nova estratégia.

A notícia preocupa os proprietários de supermercados de pequeno e médio porte da

cidade, que atravessam dias de vendas aquecidas, embora mornas. Para empresários do segmento ouvidos pelo *Jornal do Comércio* e que tem a maioria de sua clientela concentrada nas classes C e D, o momento é de cautela.

"É uma preocupação a mais para os pequenos e médios empresários, já que são grandes redes querendo investir em um setor onde já existe uma grande concorrência. Ainda não sabemos qual será o impacto desses investimentos, mas posso dizer que será muito difícil concorrer com os grandes", avaliou o proprietário do Supermercado Dois Irmãos, Hassem Ferreira.

Conforme o proprietário da rede, que possui lojas na Alvorada (zona centro-oeste) e Manôa (zona norte), além dos preços, atendimento diferenciado e estratégia de aproximação com a clientela para fidelizar compras são as armas para enfrentar o poder de fogo das grandes redes.

10%, satisfazendo nossas expectativas", salientou.

Hassem Ferreira lembrou que consumidor que compra em supermercados de bairro se tornou mais exigente e hoje chega à loja muito mais bem informado sobre os preços e marcas de produtos. "Por isso, é preciso investir mais em ambientação e variedade de produtos", observou.

Base estruturada

Já o proprietário do Mercadinho Itália, José Carlos Cristino, diz que está preparado para os próximos desafios do mercado. "Trabalhamos sempre com os pés no chão e planejamos cada passo. A concorrência faz parte do mundo em que vivemos. Não acredito em impacto negativo", declarou.

Segundo o empresário, cujo supermercado está localizado no bairro D. Pedro II, zona centro-sul, quem tem base bem estruturada vai continuar traba-

Embora aquecidas por conta do acesso facilitado ao crédito, vendas dos estabelecimentos de menor porte localizados nos bairros de Manaus tiveram desempenho morno neste ano

"O momento é de aproveitar a atual situação da economia do país. Em Manaus, estamos presenciando um real crescimento em diversos setores, e o nosso está conseguindo acompanhar este bom momento, cálculo que estamos tendo um crescimento anual entre 8% e

llando para melhor atender os clientes com preços bons, oferecendo produtos de qualidade e bons serviços, além de praticar atendimento diferenciado para melhor servir o público. "Esses fatores são à base de qualquer comerciante para segurar seu público", finalizou.