

1. Drogasil chega ao mercado do Rio

28/07/2010 O Estado de S. Paulo SP Jornal DROGASIL

Contrariando a onda de aquisições no setor, rede estreia sozinha no Rio[br]e adquire 20 pontos em Brasília e Goiás

A Drogasil anunciou ontem à noite a entrada no mercado do Rio de Janeiro - o segundo maior do País - e a compra de 20 pontos da Drogaria Santa Marta em Brasília e Goiás. A aquisição é acanhada, mas diz muito sobre a estratégia de crescimento da companhia, hoje a terceira maior rede do setor.

Em vez de comprar concorrentes - com seus funcionários, sua cultura e suas eventuais surpresas fiscais e trabalhistas -, a Drogasil tem dado preferência à compra apenas dos pontos de farmácias de médio e pequeno portes pelo Brasil afora.

"Comprar o quê? Eu já vi várias empresas. É de arrepiar. O problema é que as redes são familiares. E empresa familiar só faz negócio em duas condições: quando tem briga de família ou quando ela está mal", afirmou o presidente da Drogasil, Claudio Roberto Ely, numa entrevista concedida ao Estado há duas semanas.

Quando a Drogaria São Paulo anunciou a compra da concorrente Drogão, no mês passado, analistas de mercado voltaram a criticar a postura conservadora da Drogasil. Controlada pela família Oliveira Dias, da Camargo Corrêa, a rede de farmácias paulistana é a que teria mais condições de liderar o movimento de consolidação que tomou conta do mercado. Ela tem dinheiro em caixa e é a única do setor com ações negociadas no Novo Mercado - portanto, com mais acesso à capital. Mas, até aqui, ela vem negando essa tese.

"A gente não quer fazer de qualquer jeito. Não é que eu não dê importância ao mercado. Estamos crescendo a uma taxa de 25% ao ano há quatro anos. Não é pouco", justifica Ely. "Na crise, quando deu o medão no mercado, um investidor me perguntou qual era o meu caixa líquido. Eu disse: por que você quer saber se seis meses atrás você dizia que caixa não era importante? Agora já passou a ser de novo?"

A entrada no Rio era planejada. Aliás, causava estranheza no mercado a ausência da rede no Estado, que concentra cerca de 15% das vendas de medicamentos do País. O problema é que se trata de um mercado concorrido, caro e com alto índice de informalidade. A estratégia da Drogasil é abrir, inicialmente, apenas seis lojas. Mas, no médio prazo, a meta é ter 40 pontos.

No mercado, circulam rumores de que a Drogasil estaria negociando a compra da Drogasmil, do Rio de Janeiro. A Drogasil nega. Desde 2008 a Drogasmil é controlada pelo grupo mexicano Casa Saba. "A Drogasil está recheada de dinheiro e tem sido muito tímida com aquisições. Mas, por outro lado, fazer aquisições nesse setor não é fácil", diz o analista-chefe da corretora Banif, Oswaldo Teles.

Eficiência. Quando Ely assumiu a Drogasil, há 12 anos, os controladores lhe entregaram a missão de aumentar a venda média por loja. Engenheiro que fez carreira na Camargo, o executivo gaúcho fechou 42 lojas entre 1998 e 2004. "A gente é implacável com fechamento de lojas. Mas, nos últimos anos, só fechamos duas", diz Ely.

O executivo criou algumas práticas para melhorar o nível de eficiência das lojas. Como regra, um gerente não fica mais do que dois anos numa loja. O objetivo é tirar o funcionário da zona de conforto, dando um desafio permanente. A cada trimestre, eles são obrigados a fazer um apresentação dos resultados da loja. Uma segunda-feira do mês, a companhia promove uma sessão de melhores práticas entre gerentes e diretores. Nesse evento, os funcionários são convidados a contar suas experiências de sucesso. "A soma dessas pequenas coisas melhora a eficiência das lojas", diz Ely.