



Renner em Montevideu: estréia internacional

PABLO MARTÍNEZ PESSI

## Renner chega ao centro de Montevideu

A Renner saltou as fronteiras brasileiras ao abrir, no começo de setembro, uma loja em Montevideu, a capital do Uruguai. A varejista de moda, com mais de 300 lojas no Brasil, escolheu a Avenida 18 de Julio, a mais importante de Montevideu, para instalar sua primeira vitrine no exterior — uma loja de rua num ponto onde circulam mais de 350 mil pessoas por dia.

Três outras lojas em *shoppings* devem ser inauguradas no país vizinho até o fim de 2018. Para o diretor-presidente do grupo, José Galló, é apenas um começo. “Demos mais um passo rumo à nossa missão de ser a melhor e maior *fashion retailer* das Américas”, diz ele.

A gaúcha Renner vinha estudando havia algum tempo os mercados da América Latina e avaliando o momento certo para investir na internacionalização. Alguns fatores foram importantes na hora de definir a preferência pelo Uruguai: um PIB per capita entre os maiores da região, com o consumo interno em alta; a cultura e o clima semelhantes aos do Sul do Brasil; e a proximidade com a sede administrativa do grupo, em Porto Alegre, e o Centro de Distribuição de Santa Catarina. A loja Renner de Montevideu tem 2,5 mil metros quadrados e ocupa os quatro andares de um prédio onde funcionou, por 60 anos, uma sala de cinema tradicional. O projeto de arquitetura da loja preserva a fachada dos anos 1940, em estilo *art déco*, e o pé-direito duplo da construção original.

## Superbom cruza os Andes

A Superbom — marca tradicional de alimentos ligada à Igreja Adventista do Sétimo Dia —, começou a exportar sua linha de produtos para o Chile.

Na primeira remessa, foram exportadas geleias, sucos, mel e proteínas vegetais.

A importadora é a Superbom Chile, que produz grãos e produtos primários para a indústria local e decidiu entrar no varejo, oferecendo produtos importados da congênere brasileira.

A Superbom prevê fazer remessas trimestrais de produtos para o país andino, mas espera encurtar esse intervalo na medida em que ganhe força no mercado local. Para David Oliveira, gerente de marketing da empresa, o novo mercado tem potencial de aumentar em 10% as receitas totais da empresa até 2018 (em 2016, a Superbom alcançou um crescimento de 10% no faturamento).