

# Havan programa ofensiva no quintal da Casas Bahia - Diário do Grande ABC



Rede de lojas com sede na catarinense Brusque coloca o pé no Grande ABC via Santo André

Yara Ferraz  
do Diário do Grande ABC

10/03/2020 | 00:06



Share to FacebookShare to TwitterShare to LinkedInShare to PinterestShare to ImprimirShare to Mais...

O Grande ABC, berço do comércio varejista, se prepara para receber duas lojas da Havan, totalizando investimento de R\$ 70 milhões e geração de média de 150 empregos diretos, cada uma. A Casas Bahia iniciou sua história em São Caetano, há mais de 60 anos (leia mais ao lado), e se consolidou como gigante do setor varejista no País, porém, a recém-chegada deve movimentar a concorrência e disputar a preferência do consumidor.

Dono da Havan, Luciano Hang cita interesse em cinco cidades do Grande ABC. Duas novas unidades devem ser instaladas nos próximos meses, a primeira em Santo André – na Avenida dos Estados, onde anteriormente funcionava a Balas Juquinha – e, na sequência, outra em São Bernardo – na Avenida Piraporinha. O empresário também adianta que há negociações para abrir lojas em São Caetano, Mauá e Diadema.

A Prefeitura de Santo André confirma a chegada da marca à cidade. A de São Bernardo divulgou nota afirmando que o projeto se encontra em fase de análises técnicas para o avanço. “A loja será instalada em terreno de 23 mil m<sup>2</sup> na Avenida Piraporinha, por meio de investimento de R\$ 50 milhões”, destaca.

A primeira Havan foi inaugurada em 1986, em Brusque, Santa Catarina. A rede é conhecida por causa das fachadas das lojas inspiradas na Casa Branca e pelas réplicas da Estátua da Liberdade, possui 144 unidades em todo o País. Em 2019, o grupo passou dos R\$ 10 bilhões de faturamento – crescimento de 45% – e R\$ 1 bilhão de lucro e chegou à marca de 22 mil colaboradores.

A Casas Bahia – que disputa o mesmo público da Havan – mantém 24 lojas na região e integra o grupo Via Varejo (também formado pelo Ponto Frio e o e-commerce do Extra), que perdeu espaço nos últimos anos, principalmente para o concorrente do setor Magazine Luiza, cujo valor de mercado atingiu ontem R\$ 65,57 bilhões – a empresa são-caetanense vale R\$ 12,45 bilhões.

A concorrência promete se acirrar. “Por mais que a Casas Bahia tenha a sua história no varejo, a Havan, que tem o público bem parecido, abrange mais setores. Além das partes de eletrodomésticos e informática, comercializa roupas e cama, mesa e banho. É uma loja completa para atender a região”, afirma a especialista em comércio varejista e diretora da CasaClube Luciana Locchi, que destacou o posicionamento alinhado com o governo de Hang e a identidade norte-americana da varejistas como aliados no marketing.

O comando da Casas Bahia voltou para a família Klein em 2019, após nove anos controlado pelo GPA (Grupo Pão de Açúcar). Em entrevista ao Diário em setembro, Michael Klein, filho do fundador Samuel, falou em recuperar imagem e histórico da rede. “Queremos ter maior penetração, voltar às origens, com novas tecnologias, mais integrado ao digital, o modismo do momento, e voltar com os antigos crediários além de conquistar novos”, disse na época.

Migrante que veio atuar nas montadoras estimulou carnê

Evaldo Novelini

Imigrante polonês que sobrevivera a dois campos de concentração nazistas, inclusive o de Auschwitz, o jovem judeu Samuel Klein, com 34 anos, enxergou oportunidade de negócio nas levas de migrantes nordestinos que chegavam aos municípios do Grande ABC nos anos 1950, onde vinham trabalhar nas montadoras de automóveis que começavam a florescer na região.

Morador de São Caetano, atuava como mascate e circulava pelas cidades de charrete. Batia às portas dos clientes oferecendo roupas de cama, mesa e banho. Cobertores eram gênero de grande saída, pois ex-moradores dos Estados do Nordeste, onde o calor é mais acentuado, procuravam meio de se proteger do frio do Sudeste.

Em cinco anos juntou capital para inaugurar, na Avenida Conde Francisco Matarazzo, Centro de São Caetano, a sua primeira loja, a Casa Bahia – batizada em homenagem ao Estado de onde provinha boa parte de seus clientes. Foi ali que resolveu implantar novidade que arquitetara desde os tempos de mascate: as vendas a crédito.

Nas negociações de porta em porta, descobriu que os consumidores não se importavam em pagar um pouco mais pela mercadoria, desde que o preço fosse dividido em parcelas que coubessem no bolso. Estava criado o carnê da Casas Bahia, modalidade de crédito que impulsionou a expansão do

negócio.

Diferentemente da prática do mercado, a Casas Bahia não exigia comprovação de renda do cliente para vender a prazo. “A riqueza do pobre é o nome”, justificava o fundador, que morreu em novembro de 2014, aos 91 anos. Atualmente, o grupo conta com 750 unidades em 20 Estados. O comando é de Michel Klein, filho de Samuel.

## Comentários

Atenção! Os comentários do site são via Facebook. Lembre-se de que o comentário é de inteira responsabilidade do autor e não expressa a opinião do jornal. Comentários que violem a lei, a moral e os bons costumes ou violem direitos de terceiros poderão ser denunciados pelos usuários e sua conta poderá ser banida.