

**LOGÍSTICA** - Chegada da LocalBox, empresa de armazenamento baseada no conceito americano de aluguel de boxes individuais, joga luz sobre um mercado com muita demanda, mas também custos altos de manutenção

## Self storage se amplia no País

VIVIANE FAVER

**S**ótãos e garagens entulhadas já podem ser considerados coisas do passado. Condomínios com salas planejadas para guardar objetos pessoais com toda a segurança são uma novidade que tende a ser amplamente copiada do modelo americano e europeu.

Sistema de armazenamento largamente difundido nos Estados Unidos (onde existem cerca de 50 mil empresas atuando no setor) e na Europa, o chamado self storage existe desde 1975. A entidade que reúne as empresas estima que em 2008 esse mercado tenha faturado nos EUA cerca de US\$ 20 bilhões, com o pagamento de aproximadamente US\$ 3,5 bilhões em impostos. O sistema se compõe de boxes para serem locados tanto por pessoas físicas quanto por jurídicas, que terão a acesso permanente e individual aos seus pertences.

A LocalBox, em São Paulo, foi inaugurada em junho deste ano, nos moldes das congêneres americanas. A ideia surgiu após o dono, Antonio Sanchez Filho, conhecer o sistema americano de auto-armazenamento, durante viagem à cidade de Chicago, nos EUA. Ao visitar alguns self storages, ele avaliou que ali poderia haver um negócio com potencial e pouco explorado no Brasil.

“É como no caso dos shopping centers, que já fazem parte da cultura americana, com um mercado plenamente desenvolvido e em expansão no Brasil. Os self storages estão na mesma situação e vão se desenvolver por aqui. Acreditei que iniciar esse projeto em minha cidade traria inúmeras oportunidades”, relata Sanchez.

O negócio mais próximo encontrado no mercado brasileiro, segundo Sanchez, é na realidade um subproduto das empresas de transportes que, pela ausência de companhias especializadas, oferecem o serviço aos clientes. “Vendo os relatos de alguns amigos que utilizaram o serviço das transportadoras e suas queixas, reforçamos nossa aposta nesse mercado”, comenta.

A Guarda Tudo, localizada entre as marginais Pinheiro e Tietê, em São Paulo, atua nesse setor há 12 anos. A empresa administra a oferta de 400 boxes de tamanhos diferentes para locação. Segundo a supervisora administrativa financeira



FOTOS: DIVULGAÇÃO/LOCALBOX

Antonio Sanchez: viagem a Chicago foi a inspiração para a criação da LocalBox, em funcionamento há menos de dois meses

da empresa, Ana Lara, cada box tem alarme individual e é monitorado por câmera 24 horas. “A pessoa recebe uma senha para ter acesso à hora que quiser. Essa é a principal diferença das outras (empresas) que atuam nesse setor. Nas empresas de mudanças comuns, o box não é individual e os objetos ficam cobertos com uma lona”, compara.

**DEPÓSITO TEMPORÁRIO.** Os boxes não são alugados somente para mudanças ou como depósito temporário de móveis. São muito utilizados também para guardar, entre outros, cenário de peça, mercadoria, material publicitário, arquivo morto, estoques de lojas e até objetos à disposição da Polícia Federal. “Devido ao preço elevado para alugar um espaço em São

Paulo, as pessoas vêm optando pelo self storage. Na minha empresa, há boxes alugados pela mesma pessoa desde o início, há 12 anos, mas o tempo médio é de seis meses”, conta Ana.

No início, ela admite ter sido difícil explicar ao público o conceito de armazenamento. A divulgação foi feita nas ruas e empresas por meio de panfletos, anúncios no canal ShopTime e em revistas, sempre com o foco da segurança. “Eu acho que esse mercado só tende a crescer. A cada ano que passou aumentou a procura e o número de pessoas querendo informações sobre o serviço”, acrescenta.

Sobre a competição, ele conta que as empresas de self storage estabelecidas em São Paulo estão competindo com empresas de mudanças, que

fazem serviços de guarda móveis, e com as empresas de digitalização de documentos, que fazem serviços de guardar documentos. “A principal diferença é que no sistema de auto-armazenagem o cliente mantém a privacidade de seus bens, a mobilidade para entrar e sair do armazém é total, sem necessidade de aviso prévio, com o diferencial ainda da sofisticação das instalações, porque a ideia é ser a extensão das residências e escritórios dos clientes”, explica Sanchez.

Para conseguir emplacar esse tipo de empresa, ele aposta na forma direta de trabalhar com o público e na escolha de um bom ponto comercial. Ter espírito empreendedor e observar o mercado consumidor também foram apontados como condições para

investir no negócio. “O mercado está nascendo, nos espelhamos no tamanho do mercado americano e na aceitação que estamos tendo desde o início de nossas atividades. As perspectivas são boas, mas até o mercado se consolidar o crescimento será baseado na pouca oferta e grande demanda atual. Por incrível que pareça, a crise nos ajudou, pois as empresas e pessoas precisaram otimizar seus custos e isso é nossa principal proposta”, entusiasma-se.

**ALÉM DA ARMAZENAGEM.** Antônio Sanchez, da LocalBox, acredita que exista mercado para vários modelos nesse segmento e para novos empreendedores. Prova disso é a empresa Fink, que se diferen-

cia do self storage por ter como conceito prestar um serviço completo, desde o armazenamento até uma mudança internacional.

De acordo com a diretora da empresa, Laura Ganon, no caso de uma embalagem para armazenagem no depósito da Fink, um especialista é enviado à casa do cliente para avaliar as necessidades. É oferecida ajuda para o cliente na sua lista de seguro. Em seguida a mercadoria é acondicionada em grandes caixas de madeira, chamadas de liftvans, que são fechadas com sílica. Nesse caso, porém, cada vez que o cliente desejar retirar, adicionar ou checar qualquer item em armazenagem, tem que avisar aos funcionários da empresa e terá à disposição uma equipe. O cliente apenas indica o que deseja que seja feito.

**SEM TRABALHO.** “A diferença primordial é o conceito de que o cliente não deve ter nenhum trabalho. Ele diz o que precisa e nós fazemos acontecer. A empresa de self storage tem o conceito justamente oposto, ou seja, aluga um espaço, mas não faz nenhum trabalho pelo cliente, que tem que providenciar embalagem, transporte, entre outros”, conta. “Certamente existe mercado tanto para o padrão de atendimento como o nosso como para as empresas de self storage. Eu acredito que para qualquer empresa de prestação de serviço dar certo é fundamental ter o envolvimento pessoal e constante dos donos da empresa e a cultura de saber se colocar no lugar do cliente. Ter a satisfação dos clientes como meta principal, de forma totalmente absorvida por todos que trabalham na empresa, é o grande segredo”, ensina.

O consultor Haroldo Caser, da RioCont Consultoria, não é tão otimista com relação ao mercado para essas empresas no momento. “O aluguel de espaços é caro e o público que contrata um serviço desses é muito restrito. Poucas pessoas ou empresas estão com recursos disponíveis para pagar um aluguel mensal para manter uma armazenagem externa”, diz.

Ele explica que nem as empresas ou as grandes emissoras estão estocando mais seus objetos. Elas preferem alugar o que precisam quando necessário do que pagar todo mês por uma logística de estoque.

### RAIO X

#### LOCALBOX

▶ **Ramo:** armazenamento de objetos

▶ **Investimento inicial:** a partir de R\$ 5 mil (valores cidade de São Paulo) - sem o ponto

▶ **Faturamento médio mensal:** R\$ 125 mil

▶ **Margem de lucro sugerida:** não informado.

▶ **Número de funcionários:** 5 funcionários

▶ **Área:** 3.000 m<sup>2</sup> de área construída

▶ **Risco:** Alto. A área é muito grande, e o mercado é restrito. É preciso avaliar o IPTU, os seguros que a empresa terá que pagar entre outros gastos.

▶ **Fonte:** Empresa Local Box e o consultor Haroldo Caser, da Rio Cont consultoria.



Sede da LocalBox, em São Paulo

## PRATELEIRA

Dirley Fernandes

dfernandes@jcom.com.br

## Passando as privatizações a limpo

O momento em que se publica A guerra das privatizações, de Ney Carvalho (Cultura, 512 páginas, R\$ 66) é dos mais adequados. A discussão sobre as formas de participação do Estado na economia é pauta atual tanto quando se tenta tornar a Eletrobrás livre de certas obrigações inerentes a uma empresa estatal que lhe valem perda de agilidade frente a concorrentes (muitas delas, aliás, estatais de outros países), como quando se cogita a criação de uma “Présalbrás” para administrar as futuras rendas advindas das participações estatais na produção do petróleo nas águas mais profundas, trazendo de volta o escorregadio verbete “estratégico”.

O levantamento de Carvalho – prefaciado pelo ex-presidente Fernando Henrique Cardoso – se faz valioso quando traça um amplo quadro da história do empreendedorismo estatal, que remete às primeiras e malogradas tentativas de siderurgia no País, ainda no século 19. É excelente como guia no caminho que levou ao gigantismo estatal a que se chegou em meados dos anos 80, pelos equívocos de apóstolos do estado empreendedor tanto à esquerda (vide encampações pré-64) quanto à direita (vide a pleitora de empresas sufixadas por “brás” criadas pelos

governos militares). O “setor produtivo estatal” se compunha, em 1983, de 233 empresas, informa o autor. Independente da eficiência ou lucratividade de cada uma delas, a conclusão necessária a que a obra conduz é que o Estado brasileiro tinha se desviado de suas funções precípuas. A desestatização era, pois, um imperativo.

Laçando mão da metáfora militar, o autor descreve, equilibrando muito bem números e fluência textual, os processos de privatização de várias empresas, a partir da Usiminas, a primeira a ir a leilão, e até à “maior das batalhas”: a privatização das telecomunicações. Registro valioso, A guerra das privatizações falha, no entanto, no mesmo ponto onde a abordagem das privatizações têm falhado: a ideologização do debate. Da primeira à última linha, a obra se assume como um libelo



anti-estatizante, que fica um tanto quanto deslocado nas páginas em que o BNDES (ente estatal) ou a Celma (empresa administrada pelo Estado até a década de 90) recebem o inevitável elogio. Assim, a obra acaba se ombreado com as visões anti-liberais a priori que contaminam tanto as análises quanto o debate político do tema.

Dúvidas suscitadas por aquele processo, como os mecanismos de formação dos consórcios e a participação neles dos fundos de pensão, também não têm respostas definitivas. Na questão da avaliação das empresas a serem privatizadas, controvérsia que acompanhou todo o período, Carvalho prefere desmerecer a inteligência dos que têm visão contrária à dele, os quais desconheciam a categoria “fluxo de caixa descontado”. Por fim, o autor prefere se desviar da constatação incontornável de que o plano de privatizações não conseguiu, por motivos vários, ter um efeito determinante na trajetória de crescimento da dívida pública, como afirmavam ser possível seus defensores.

Assim, se A guerra das privatizações resalta como documento fundamental sobre o período, mostra também que há muito mais a ser escrito, por ângulos vários, para chegar a desmistificar os fatos daquele período. O que não se pode é negar o sucesso empresarial de empresas privatizadas, como a Vale e a Usiminas, ou imaginar que poderiam ser sombrios nossos dias se convivêssemos hoje com uma “Internetbrás”.