

30 anos, o empresário chegou a abrir cerca de 23 filiais, sendo a maior parte nos Estados Unidos. Em 2011, vendeu a rede composta então por 25 unidades e uma receita de US\$ 195 milhões para a GP Investments. O valor da venda ele não revela até hoje.

10  
AILTON  
CASELI



## “OU VOCÊ CRESCE, OU DESAPARECE”

**A**ilton Caseli, estudante de um internato de Colatina (ES), tinha 15 anos quando seu pai faleceu.

O menino foi obrigado a deixar os estudos para procurar emprego. Conseguiu uma vaga de aprendiz no cartório da cidade enquanto a mãe foi trabalhar em uma fazenda de café. Lá, um escrevente sempre dizia que ele deveria mirar nas Lojas Pernambucanas, “o emprego dos sonhos, promissor e estável”. Em paralelo, o menino completou o segundo grau. Aos 18 anos, ele finalmente conseguiu ser contratado pelas Pernambucanas para ser auditor de loja no Rio de Janeiro, matriz da empresa. Três anos depois foi promovido a gerente de loja. Com o passar dos anos, percebeu que não tinha perspectiva para crescer dentro da empresa. “Comecei a economizar,

até que surgiu a oportunidade de vir para o Mato Grosso como gerente da Pernambucanas de Cuiabá. Fui transferido e, após três anos, fiz um acordo para sair. Em 1978, abri uma loja de 50 metros quadrados no centro da cidade, a Maracanã dos Tecidos.”

Com o tempo, percebeu que havia necessidade de crescer não só pela ambição da expansão, mas como defesa. A concorrência no comércio sempre foi agressiva. “Ou você cresce, ou desaparece.” Foi aí que abri a segunda, terceira loja. Mas muitas unidades de uma mesma marca na mesma cidade não faziam sentido. Foi assim que Caseli criou uma segunda marca, a Tecelagem Avenida, que ele chama de “concorrente de fachada”, pois os produtos e preços eram praticamente os mesmos.

Com o tempo, para não ter duplicação de custos, resolveu manter apenas uma marca, que ganhou o nome de Lojas Avenida, varejista de moda que fechou 2013 com 113 lojas em 13 estados e faturamento de R\$ 520 milhões. O pulo do gato da chamada “C&A do Centro-Oeste” foi a expansão para cidades do interior. Em março, 25% da empresa foram vendidos ao Kinea, fundo do Itaú, por R\$ 250 milhões. Ou seja, aquele menino do internato conseguiu criar um negócio avaliado em R\$ 1 bilhão. O próximo passo? IPO em um prazo de três a quatro anos e expansão em regiões onde a marca não está presente. A lição de Caseli? “O homem inteligente faz o que gosta. O sábio gosta do que faz.” Ele merece nota 10 em pragmatismo.