

Loja prevê Dia das Mães com mais importado

Enquanto no Carrefour os produtos do setor de bazar serão os de maiores vendas, no segmento de óptica e fotos a aposta está nos óculos de grife

SÃO PAULO

Os varejistas estão otimistas com as vendas de produtos importados de alto valor agregado para o Dia das Mães, em razão do câmbio mais favorável e da grande oferta de itens disponíveis. Redes como o supermercadista Carrefour, líder no setor no Brasil, prevêem em algumas categorias de itens importados da China, como a de bazar, alta de até 50% nas vendas, em relação a 2007, sendo que para a empresa os produtos importados representarão 35% das vendas no Dia das Mães.

Alojeados artigos para foto e óptica Fotóptica, a maior em seu segmento no País, também está otimista, com expectativa de aumento de vendas de 35% em comparação com a mesma data no ano passado. Já o setor de vestuário aguarda o fim da greve dos auditores fiscais no Porto de Santos, que paralisaram o trabalho por aumento de salários, e pela vinda dos dias frios, que ajudariam a aumentar a demanda. Mesmo assim as previsões para as roupas importadas são positivas, com incremento de 12%.

Para estimular as vendas no Dia das Mães, a Fotóptica fez um investimento para a quinzena de R\$ 1 milhão, voltado principalmente à campanha de comunicação e gerenciamento de estoque. Aproveitando a ocasião, está introduzindo em seus 68 pon-

EXPECTATIVA

«Entre importados e nacionais teremos crescimento médio de 20% nas vendas, no comparativo a igual período de 2007»

ROBERTO BRITTO
DIRETOR DO CARREFOUR

«A introdução de produtos, o abastecimento mais contínuo e a reposição rápida facilitarão nosso trabalho»

FERNANDO JANIKIAN
PRESIDENTE DA FOTÓPTICA

tos-de-venda, em maio, 29 grifes internacionais como Diesel, Dolce & Gabbana e Calvin Klein. Os óculos têm preços entre R\$ 150 e R\$ 1,2 mil. A previsão do aumento de vendas é de 35% em relação às do ano passado.

Segundo o presidente da empresa, Fernando Janikian, a resposta neste começo de ano já está sendo muito positiva após veiculação de uma campanha publicitária e uma promoção de preços para óculos. A marca Fotóptica foi

adquirida no Brasil em 2007 pela holandesa Hal Investments B.V, segunda maior empresa de varejo óptico do mundo (criada em 1873) e com faturamento anual de mais de 2 bilhões de euros.

"A introdução de produtos com muita variedade de modelagem e abastecimento mais contínuo, com prévia análise de volumes e comprometimento de reposição rápida dos modelos de maior giro, além de novos acordos com grandes representantes, facilitarão nosso trabalho", disse Janikian.

Eletrônicos

Na área de eletrônicos, as máquinas digitais devem se tornar um dos presentes mais cobiçados pelas mães. Uma das que devem sair bastante é a câmara Kodak cor-de-rosa. A Fotóptica procura agregar serviços aos seus produtos, e nesta linha, qualquer que seja a câmara, os clientes da rede têm direito a promoções como aquela em que recebem gratuitamente entre 100 e 300 impressões de imagens em papel fotográfico. A ação fideliza o cliente porque, além de reduzir custo, ele tem a vantagem de fazer tudo em um só lugar.

O Carrefour, que prevê crescer cerca de 50% na venda de importados em algumas categorias, reforça as campanhas de vendas em tomo de três modelos de microondas da marca própria Carrefour, importados. A rede espera acabar com o estoque de porcelanas, copos e taças, além de conjunto de painéis inox e aço-carbono, móveis para interiores, ar-

tigos de decoração para casa (velas decorativas, porta-retratos). "De maneira geral, entre importados e nacionais, vamos ter crescimento médio de 20% nas vendas, no comparativo a igual período de 2007", prevê Roberto Britto, diretor de Mercadorias Não Alimentares do Carrefour.

Vestuário

As lojas de departamentos com foco no vestuário também estão atentas aos importados, mesmo sofrendo com a greve dos auditores fiscais no Porto de Santos. A duas semanas do Dia das Mães, a expectativa é grande para que sejam liberados os contêineres parados no cais. O fato positivo é que boa parte das mercadorias para este evento já havia chegado às lojas no final de fevereiro e em março.

Segundo Syrvio Mandei, consultor de lojas de departamentos e presidente da Associação Brasileira de Varejo Têxtil, "a expectativa além da chegada dos produtos é que também os dias frios apareçam para garantir um bom volume de vendas". As peças mais presentes nos cabides, segundo ele, serão as de malharia e malha crflica e jaquetas de náilon. Os sintéticos virão da China, as roupas de algodão, de Bangladesh e do Vietnã. Das Filipinas, estão previstas camisas de algodão e malhas finas. Podem chegar ainda casacos de tecido acrílico ou peles sintéticas.

Para Mandei, as peças de tricô inspiradas no *cashmere* serão mais procuradas nos mercados do Nor-

deste, enquanto peças em algodão serão negociadas em maior número com lojas do Sul e Sudeste. "Todos estão com esperança de boas vendas e se houver uma onda de frio, a estimativa é de uma demanda firme de 0% a 2% maior que a dessa data no ano passado" disse. Naquela oportunidade, o Dia das Mães foi quente e as vendas, razoavelmente boas, mas não deram força ao tíquete médio do comércio, que sempre aumenta com as roupas de frio. O dólar baixo, que agrada outros setores, não foi suficiente para aquecer as vendas, pois a alíquota de importação subiu de 20% para 35% em setembro de 2007.

Empório

A procura no atacado de alguns produtos alimentícios importados no Dia das Mães está 20% maior, especialmente nos temperos finos, bacalhau, frutas secas, vinhos e azeites. "Ao contrário do Dia dos Pais, em que se normalmente se almoça em casa, no Dia das Mães é habitual levar a homenagem para comer fora", contou Maria Cristina Chiappetta, gerente do Empório Chiappetta, tradicional importador e atacadista, com lojas no Mercado Municipal de São Paulo e no Shopping Eldorado.

PAULO SÉRGIO PIRES



Roberto Britto

Carro importado deve ter vendas até 5% maiores

Os carros importados não encabeçam a lista daqueles produtos mais presenteados no Dia das Mães, mas há sempre um marido ou filho que aproveita a data para tirar do bolso, por exemplo, R\$ 299 mil e comprar um BMW X5 ou R\$ 380 mil, para um utilitário do tipo Porsche Cayenne.

A venda de veículos de luxo nesse período tem uma elevação pequena em relação à do mês anterior, mesmo assim chama a atenção das lojas de vendas de veículos. "Neste ano esperamos entre 3% e 5% no aumento de vendas neste dia especial", contabilizou Mariana Vieira, gerente comercial da Eurobike, grupo de vendas de carros importados das marcas BMW, Land Rover, Porsche e Volvo.

No ano passado, segundo a executiva, a empresa contabilizou nesse dia, um aumento de vendas de 2%. Para Mariana, houve uma mudança no comportamento das consumidoras nos últimos dois anos e essas mães modernas, em geral na faixa dos 30 aos 55 anos, não pensam apenas na beleza do carro, exigindo também tecnologia, estabilidade e potência. "Muitas dessas mulheres não esperam a boa vontade dos filhos e maridos e elas mesmas se presenteiam", relatou Mariana.