

Rede 'Quem disse, Berenice?' amplia o portfólio de produtos

Flávia Milhassi

Há pouco mais de dois meses no mercado brasileiro, a marca de maquiagem "Quem disse, Berenice?", bandeira pertencente ao Grupo O Boticário, acaba de lançar uma nova linha de produtos em São Paulo. Com 11 novidades no portfólio, a empresa apresenta batons, gloss, sombras e esmaltes, que custarão de R\$ 9,90 a R\$ 23,90. Assim, a nova marca soma em seu mix 511 itens diferentes à disposição do consumidor.

Segundo Sérgio Eleutério, diretor de Comunicação da rede de franquias, mesmo com o pouco tempo de mercado, a "Quem disse, Berenice?" tem o conceito de ter sempre novidades ao seu público consumidor, definido como mulheres livres de todas as classes sociais. "Teremos um ritmo grande de renovação de portfólio", disse o diretor da marca.

A marca já havia afirmado anteriormente que o seu canal de vendas on-line (e-commerce) em breve seria lançado, mas imprevistos "tecnológicos", impediram a inserção no varejo virtual. "Tentamos lançar nosso e-commerce antes, mas tivemos imprevistos. Não posso afirmar a data certa, mas antes do Natal nossa consumidora terá, além das seis lojas físicas, esse canal de venda", explicou o executivo.

Questionado sobre a demora estar relacionada com a inserção de ferramentas de experimentação virtual de produtos, o diretor disse apenas que foram testadas diversas opções para tornar interativa a compra, mas nada que fuja do conceito da marca. "Ele não será apenas um catálogo virtual, terá uma linguagem que traga interação à consumidora", disse ele, ao DCI.

Toda a nova coleção apresentada pela empresa foi baseada em pesquisas de tendências de consumo, moda e design, conforme explicou Vanessa Machado, gerente de Desenvolvimento de Produto. "Nossa referência foi na natureza e suas cores, mas sem esquecer a preferência e as necessidades do consumidor", comentou Sérgio Eleutério.

Os novos itens estão em pré-venda durante esta semana, na loja Endossa, localizada na Rua Augusta, e chegarão às lojas da rede na próxima semana.

Expansão

Com seis operações em operação no mercado interno, a nova rede do Grupo O Boticário deverá ganhar cada vez mais espaços no varejo. A ideia é abrir novas unidades no País, sendo que a previsão da sétima loja deverá ser inaugurada até o final deste ano. Mas no caso da estratégia de negócios, a ideia é pulverizar a bandeira "Quem disse, Berenice?" Tanto que a meta é atingir todo o território nacional, nos próximos anos. Eleutério ressaltou, ainda, que esse é um momento de descoberta do mercado, tanto que a operação que mais vende atualmente entre as lojas da rede é a menor instalação da bandeira, localizada no Shopping Pátio Paulista, na capital de São Paulo. "Lojas em shopping, de rua e até quiosques estão sendo analisados", destacou o diretor da rede.

Fonte: DCI, São Paulo, 10 out. 2012, Primeiro Caderno, p. A8.