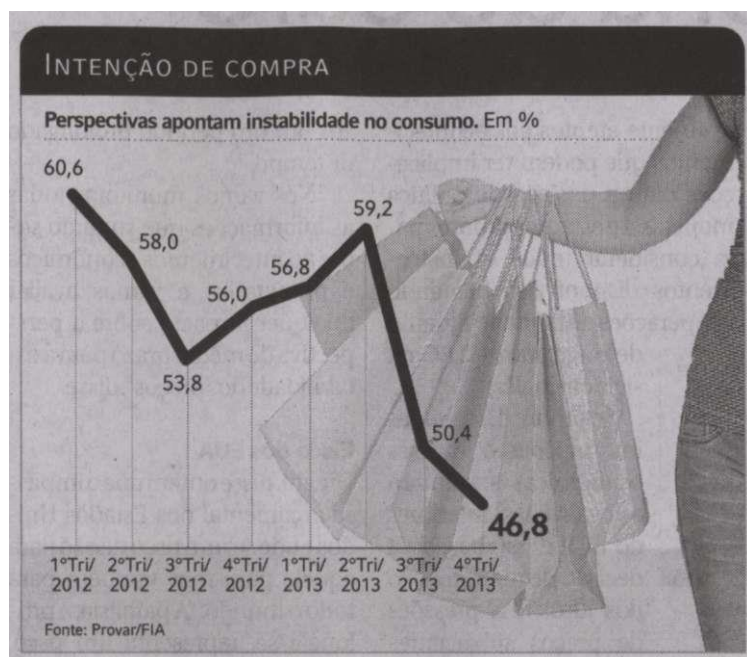


Empresários mantêm otimismo para o Natal

Flávia Milhassi



Mesmo com pesquisas indicando que a intenção de consumo para o quarto trimestre é a pior dos últimos sete anos, empresários ouvidos pelo DCI mostram-se otimistas e devem esperar o resultado das vendas do Dia da Criança para reforçar seus estoques, se necessário, para a demanda de Natal. Além disso, as redes varejistas mantêm o otimismo e projetam, em sua grande maioria, incremento nas vendas acima de 10% para os próximos três meses do ano. Segundo pesquisa realizada pelo Programa de Administração do Varejo (Provar) da Fundação Instituto de Administração (FIA) em parceria com a Felisoni Consultores Associados, apenas 46,8% dos paulistanos deverão adquirir um bem durável entre os meses de outubro e dezembro (quarto trimestre), indicador esse 3,6 pontos percentuais menor que o registrado no terceiro trimestre, que registrou 50,4%. Ainda segundo o estudo, essa é a menor média histórica apurada em sete anos, desde o ano de 2006.

Para Claudio Felisoni, presidente do conselho do Provar, isso mostra que o cenário econômico mais difícil no País faz com que o consumidor contenha seus gastos e ordene melhor seu orçamento familiar. "O consumidor está mais cauteloso, preocupado com os seus gastos e em tentar poupar para o futuro", explicou. Ainda na opinião do especialista em varejo, inflação, endividamento e insegurança são os fatores que levam a massa de consumidores apertarem o freio com as compras de final de ano. "Por mais que a situação não seja a pior na economia, o governo não tem conseguido passar a informação de forma clara a população. Com isso eles mostram-se mais preocupados em economizar e saudar suas dívidas do que gastar com a aquisição de novos produtos", explicou ele. A pesquisa indicou também que este ano a perspectiva para o crescimento de consumo fique em 4%, índice esse bem inferior aos 7,8% de crescimento em venda conseguido em 2012.

Mas as preocupações dos consumidores não refletem no otimismo dos empresários do setor. Para a Cooperativa de Consumo (Coop), enquanto a perspectiva de vendas para o Dia da Criança está 10% na comparação com 2012, no Natal isso é mais alto. Com os estoques abastecidos, a rede supermercadista espera vendas 12% maiores no período. "Não sentimos o consumidor comprando menos, nossa expectativa é vender 12% a mais que no Natal do ano passado", disse Valdomiro Sanches Bardini diretor da Coop.

Na operação Malwee para Brasileirinhos, focada no público infantil, os estoques foram reforçados em 50% para evitar a tão temida ruptura no ponto de venda e para a data sazonal deste mês, Dia da Criança, a perspectiva é que as vendas cresçam em 30% no período, conforme afirmação anterior ao DCI de Rodrigo Fontoura Englert, gestor geral varejo da

marca. Já para a Tip Top, a perspectiva é que a rede cresça 32% no acumulado do ano, conforme afirmou Daniela Venâncio, gerente comercial da marca. "Estamos com um crescimento no ano de 32% em relação ao ano passado e a expectativa é que em dezembro a gente cresça pelo menos 10% nas lojas comparáveis (lojas abertas contra lojas abertas) e 25% nas lojas não comparáveis (abertas esse ano)", disse.

Nos shoppings, que agregam diversos lojistas as expectativas também estão boas. No Central Plaza Shopping, por exemplo, a expectativa é que as vendas e o fluxo de consumidores no empreendimento é 7% maior na comparação com o ano passado. Para atrair o consumidor, o empreendimento investiu R\$ 120 mil em ações promocionais. No complexo comercial do Shopping Interlagos foram investidos R\$ 2 milhões para o Natal deste ano, sendo R\$ 800 mil em decoração. Segundo a superintendente, Carla Bordon Gomes, a expectativa é de que haja um aumento de vendas de 15% e um incremento de fluxo de público de 10%, se comparado ao Natal de 2012.

Para a Freixenet, a maior produtora de cavas (vinho espumante espanhol) do mundo e líder em espumantes importados no Brasil, o final de ano, devido as suas festas são de extrema importância à marca. Segundo o diretor executivo da Freixenet Brasil, Fabiano Ruiz a produção foi reforçada em mais de 20% para atender o aumento da demanda do período. "Nossa expectativa nos próximos três meses é aumentar as vendas em 20% em relação do mesmo período de 2012", explicou ele ao DCI.

Com o mercado aquecido, o grupo William Grant & Sons, produtores e importadores que detêm as marcas de whiskies Glenfiddich, Grant's, The Balvenie e o Gin Hendrick's espera crescer em vendas, em média 40% no quarto semestre desse ano em comparação há 2012. A demanda de consumidores de produtos premium e super premium está aquecida e melhorando a cada ano.

Já a marca Veuve Clicquot tem a expectativa de crescer 12 % em relação ao último trimestre de 2012", disse ao DCI Gontigo Pinto, diretor comercial da marca de champanhe.

Fonte: DCI, São Paulo, 3 out. 2013. Caderno A, p. A9.