Brastemp faz apelo aos consumidores
Carlos Franco

Empresa usa astros globais para estimular a troca de eletrodomésticos

A Brastemp deixou de lado as campanhas publicitárias que enfatizam apenas os produtos para propor ao consumidor que troque o eletrodoméstico que tem em casa por um novo. É claro que a líder de mercado pede que essa troca seja feita por um produto seu, mas a intenção principal, diz a gerente dessa marca da Multibrás, Maria Fernanda La Regina, é que "as vendas, que não estão nenhuma Brastemp, possam se aquecer." Ela estima que 30% de todos os eletrodomésticos que estão nos lares brasileiros têm mais de 8 anos, idade superior à média de troca em outros países, como os Estados Unidos, onde não ultrapassam a 4 anos.

Resultado: as vendas da linha branca, que incluem fogões, geladeiras, lavadoras, refrigeradores, lava-louças e microondas, por exemplo, caíram de 10,6 milhões de unidades em 2001 para 10,2 milhões em 2002. As taxas de penetração de alguns produtos da linha branca, diz La Regina, também são muito baixas. "Se fogões chegam a ter uma cobertura de 100% dos lares (a chamada taxa de penetração), as lava-louças têm presença em apenas 4% e as secadoras em 3%." Para a executiva, esses produtos podem vir a ocupar mais espaço nas casas. Ela também percebeu que DVDs e celulares parecem ter ocupado o espaço antes de eletrodomésticos.

Líder do mercado de linha branca, com uma fatia de 40%, a Brastemp vai usar na campanha, criada pela agência de publicidade Talent e que começou a ser veiculada ontem, um elenco de celebridades como Marieta Severo, Luiz Fernando Guimarães, Antônio Fagundes, Fernanda Torres, Andréa Beltrão, Reinaldo Gianecchini e Antônio Fagundes. Tudo para convencer o consumidor do novo slogan: "Brastemp nova já", que é o mote para essa troca de aparelhos usados por novos. Com faturamento de R$ 1,45 bilhão de janeiro a setembro do ano passado - a empresa ainda não fechou o balanço de 2002 -, a Multibrás, dona das marcas Brastemp e Consul, espera uma reação do mercado com essa ação.

O Estado de São Paulo - 17/3/2003