

Diferentes estratégias para driblar alta de preços e juros

A combinação de inflação e juros altos é um dos percalços a ser encarado para o setor varejista manter ou ampliar vendas. Na rede Dullius, de Cruzeiro do Sul, a solução foi oferecer 100 dias para o consumidor começar a pagar, aumentar o número de parcelas para reduzir o valor das prestações e ser mais criteriosa na concessão de crédito. “A economia preocupa, mas a crise não chegou tão forte como tínhamos receio. Percebemos que as pessoas estão gastando, pois os brasileiros têm esperança que lá na frente melhor”, explica o empresário Claudir Dullius, destacando que os preços de confecção e calçado não subiram tanto quanto outros produtos e serviços.

Já a Renner conta com a expertise da equipe para driblar alta de preços. “Por meio do conhecimento técnico do nosso time e do uso de dados, somos capazes de desenvolver coleções cada vez mais assertivas e trabalhar com estoques enxutos, evitando excedentes e investindo continuamente na qualidade dos nossos produtos”, afirma Fabiana Taccola, diretora de Operações da Lojas Renner. Segundo a executiva, essas medidas permitem que, mesmo em um cenário macroeconômico de alta inflação como o atual, a empresa possa absorver e reduzir parte do aumento com ganho de eficiência operacional.

Na Lebes, o presidente Otello Drebes percebe que os produtos

que aumentaram muito de preço já estão baixando. “Notamos uma estabilização de preços, com ofertas, melhores condições e descontos”, explica o dirigente. O aumento das vendas da Lebes ocorre a despeito da realidade do mercado. “Abocanei uma fatia de outras empresas que tiveram atividades afetadas ou que encerraram”, esclarece Drebes. Outros fatores que ajudam a melhorar os resultados, segundo o empresário, são a volta das festas e atividades, a facilidade no crédito e o trabalho especializado de suas equipes.

Na área de materiais de construção, a Redemac apostou em planejamento como forma de reduzir o impacto da inflação. O ponto de venda ganhou atenção,

assim como a qualificação de toda a equipe: de motoristas, atendentes até lideranças. “Na loja, capacitamos vendedores e agregamos valor na venda, que é consultiva e técnica”, detalha Fernando Lopes, diretor-executivo da empresa. Também a área de negociação buscou estabelecer alianças estratégica com marcas líderes de mercado e outras de preço mais acessível. “O poder aquisitivo do assalariado vem caindo vertiginosamente e muitos têm necessidade urgente na manutenção e reposição de suas casas”, observa Lopes.

A inflação é um problema para todos, pois acaba corroendo o poder de compra das pessoas. Mas, no segmento de bens duráveis, que depende de financiamento, a

maior dificuldade é o juro alto, pois desestimula a compra, considera Irio Piva, CEO da Elevato. De acordo com o empresário, a Elevato também é afetada pela alta de preços, mas em grau menor pois atua em um segmento de maior renda, que é menos afetado pela inflação e juros altos.

Para as farmácias, a retração de renda e a alta inflação de inflação prejudicam o setor, mas como os produtos são de primeira necessidade, o impacto também é menor. Segundo informa Ben Hur Jesus de Oliveira, presidente da Farmácias Associadas, a dificuldade maior é a falta de medicamentos. “Não temos onde recorrer pois a escassez ocorre nas fábricas. O que auxilia são os estoques.”

ANDRESSA PUFAL/JC



Os segmentos que captam consumidores de maior renda não foram tão afetados pela pandemia, como é o caso da Elevato, que foi impactada pela alta dos preços, mas em grau menor do que quem atua em outros nichos