

Inverno já favorece vendas de calçados, vestuário e setor gastronômico

George Garcia

Timidamente o comércio registra alta das vendas de produtos de inverno, a ponto de, em alguns setores, o estoque já estar no fim. As previsões são otimistas nas mais variadas áreas, de vestuário a calçados e de gastronomia a eletrônicos para o lar. As expectativas são de alta de vendas de, pelo menos, 10% em relação ao ano passado.

O inverno mal começou e o estoque de algumas lojas já está perto de acabar, como do lojista Marco Antonio Matrone, proprietário da Arezzo, no Mauá Plaza Shopping, onde as botas e bolsas da coleção de inverno já foram vendidas quase todas. “A rede costuma adiantar a coleção, coloca mais cedo os produtos nas vitrines; e estou trabalhando muito bem, vendendo muita bota, bolsa e acessórios, praticamente já estamos encerrando a temporada”, diz o comerciante que não deve receber mais entregas de produtos de inverno. “O setor já se prepara para receber os produtos de verão. Esse ano foi melhor do que o ano passado, o tíquete médio subiu de R\$ 300 para quase R\$ 400, não porque as pessoas têm levado mais, mas pelo aumento dos produtos”, comenta.

Fora calçados e vestuário, o setor de alimentação tem vendido bem e aposta em novidades. A Coop (Cooperativa de Consumo), rede varejista com sede no ABC, apostou nas sopas para viagem e no pão italiano. A expectativa de aumento nas vendas é de 10% em relação ao ano passado. As sopas estão disponíveis em nove sabores: caldo verde, creme de abóbora com carne seca, creme de mandioquinha com provolone, canja de galinha e creme de batata com alho-poró. O prato está disponível em três opções diárias de 500 ml na cafeteria e rotisserie das unidades andreenses, localizadas na avenida Industrial, 2001, e na rua Giovanni Battista Pirelli, 2050, além da loja da avenida Humberto de Alencar Castelo Branco, 1496, São Bernardo.

De acordo com a compradora da Coop, Daniela Marchioli, as sopas podem ser consumidas nas lojas ou levadas para casa, preferencialmente acompanhadas de

um pãozinho crocante. Entre os 30 tipos de pães produzidos pela Central de Panificação da Coop (Cpan), está o minipão italiano (200 g), que acaba de ser lançado, além do fondue de chocolate.

Crescimento

E por falar em chocolate essa é uma das guloseimas mais consumidas nesta época e em vários tipos de apresentação. A rede Outback aposta nos fondues e tem nove lojas na região. “A expectativa em relação ao Fondue Outback esse ano é altíssima, temos um cenário bastante favorável com todos os restaurantes abertos e o delivery a todo vapor. Vivemos em um período de maior flexibilização das normas sanitárias em relação ao covid-19. Desta forma, temos todos os restaurantes abertos e com operação total do nosso delivery. Com isso, temos como expectativa crescer as vendas de fondue em cerca de 65% em relação ao mesmo período do ano passado. Outro reforço que tivemos neste final de junho foi o lançamento de uma carta de vinhos, em parceria com a Wine. Então, podemos afirmar que nossa expectativa em torno deste inverno é grande”, diz a diretora de marketing da Bloomin´ Brands – empresa detentora da marca -, Renata Lamarco.

Margareth Corbe, dona de duas franquias de chocolate, Kopenhagen e Brasil Cacau, ambas no Mauá Plaza Shopping, diz que as vendas estão bem aquecidas, com um crescimento. “Tem junho já tivemos o Dia dos Namorados, e já tivemos um crescimento bom na faixa dos 10% nas duas lojas. Na Kopenhagen, temos novidades, o fondue para levar para casa e o chocolate quente com língua de gato. Em julho esperamos aumentar mais as vendas. O tíquete médio aumentou um pouco e estou bem otimista. Esperamos fechar o inverno com vendas 15% superiores às do ano passado”, diz a empresária que investe nas redes sociais, tanto que até já contratou pessoal especializado. “Precisamos ter todos os dias coisa nova”, completa.

Previsões

Para o presidente da CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) de São Caetano, Alexandre Damásio Coelho o setor de vestuário deve vir forte e ter um bom movimento no inverno, como já esperado, mas a surpresa deve vir mesmo do setor eletrônico. “Vestuário continua em alta, eletrônica de inverno com tíquete alto serão os produtos da vez”. Apesar do inverno pedir refeições mais calóricas e quentes, como sopas, caldos, chocolates e vinhos, o Coelho não espera por um crescimento

muito grande nas vendas deste segmento dada a inflação dos alimentos. “Não temos dados que indiquem aumento de vendas nos pólos gastronômicos da região. Além do preço dos alimentos puxar o preço da refeição externa, também o preço dos combustíveis impactou o traslado para esses corredores de consumo”, analisa.

As vendas gerais já estão em alta, segundo Coelho, que aposta no segmento de eletrônicos para casa. “Em que pese aumento da ‘inflação do bolso’, nossa região, segundo dados climáticos, terá um inverno com poucas chuvas e quedas de temperatura, a curva de vendas do segundo dados da Cielo vem numa crescente e com o avanço da empregabilidade formal. Teremos aumento nas vendas de maior valor como por exemplo de secadoras de roupa”, avalia.

O presidente da Acisa (Associação Comercial e Industrial de Santo André), Pedro Cia Júnior, é mais cauteloso nas previsões. Espera melhora nas vendas do comércio, mas que ela ainda não aconteceu. Os comerciantes estão ansiosos para ver as vendas deslancharem, principalmente porque neste inverno não haverá qualquer restrição como nos dois anos anteriores. “Não tendo nenhuma restrição de horário isso já ajuda bastante. A variante da covid-19 atual não é tão agressiva e a vacinação está indo bem, o que traz tranquilidade. Além disso, as pessoas precisam se confraternizar, valorizam mais isso e estão saindo mais, então acho que vão sair mais para jantar, por exemplo. Mas acredito que os dois segmentos, o de alimentação e o de vestuário, vão se dar bem”, resume.

<https://www.reporterdiario.com.br/noticia/3122382/inverno-ja-favorece-vendas-de-calcados-vestuario-e-setor-gastronomico/>

Veículo: Online -> Site -> Site Repórter Diário - Santo André/SP

Seção: Economia