

# Em ponta de estoque a crise não existe

Roupas de grifes estrangeiras, com preços inferiores, provocam fila para as compras

André Garcia  
de Brasília

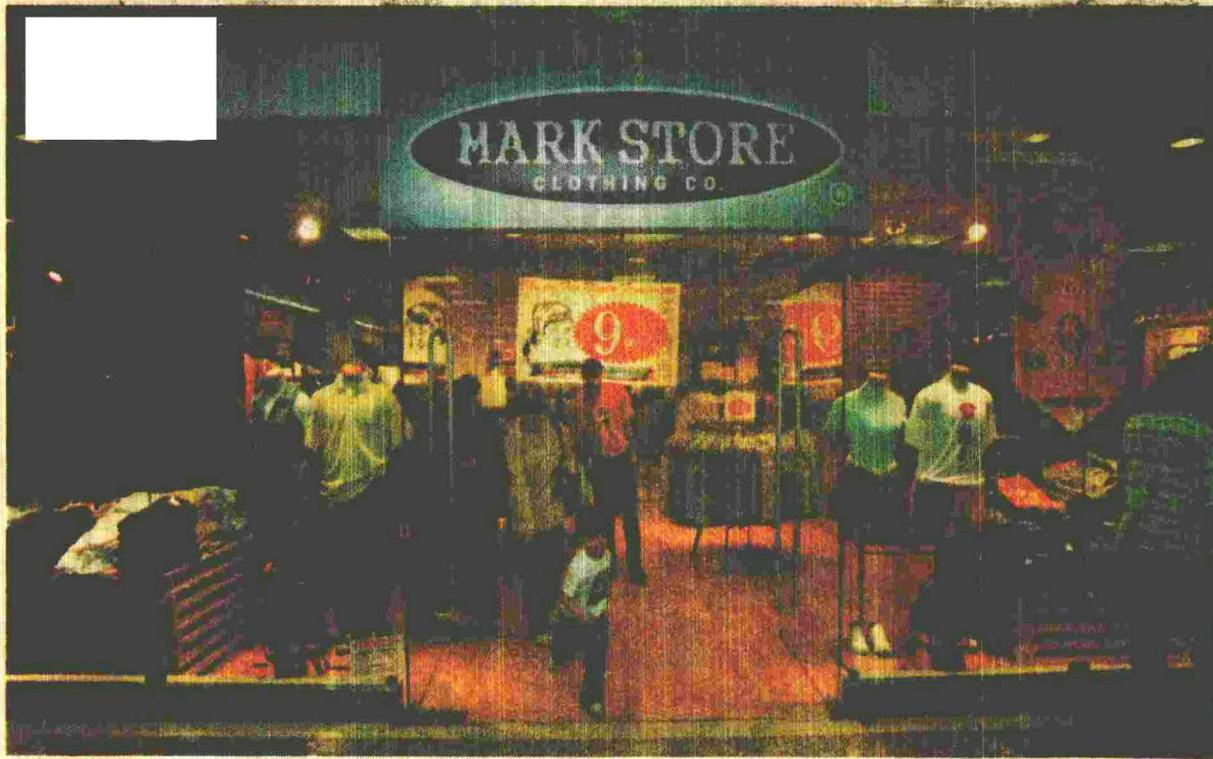
A matemática das lojas de ponta de estoque sempre foi simples: comprar barato para praticar preços baixos e conseguir lucro com grande quantidade de vendas. Hoje, o raciocínio continua o mesmo, mas as pontas de estoque se estendem a outros segmentos e tentam vencer o preconceito melhorando a qualidade dos produtos.

Trabalhar em sistema ponta de estoque significa conseguir as mercadorias que sobram nas fábricas. Cancelamentos de pedidos, sobras de produção, devoluções de produtos com pequenos defeitos são matéria-prima para as lojas de ponta de estoque. "Muitas vezes, a fábrica vai atender a um pedido e sobra couro, mão-de-obra e é mais vantajoso para ela produzir e vender por um preço menor do que jogar fora", explica Vânia Venuto, sócia da Saltos e Baixos, que vende sapatos e bolsas.

Pioneiro em pontas de estoque no Distrito Federal, José Carlos Porto, dono da Estação do Sapato, descobriu em Curitiba o sistema de ponta de estoque e traçou sua estratégia. "A ponta de estoque não precisa de ponto. A idéia é vender marca por preço bom e isso se consegue vendendo grandes quantidades com pequena margem de lucro", ensina.

Depois de cinco anos apostando na ponta de estoque, a Estação do Sapato, que teve sua primeira loja no subsolo da comercial da 309 Norte, virou franquia e hoje forma uma rede de 43 lojas espalhados pelo Brasil. Segundo Porto, além dos preços, que segundo ele chegam a ser em média 50% mais baratos que nas lojas convencionais, hoje é importante ter qualidade "Nós trabalhamos com boas fábricas como a Perfil, Czarina, Cristofoli e não conseguimos comprar tudo o que as fábricas oferecem", garante.

Além da qualidade, a Saltos e Baixos também buscou um diferencial em relação às outras pontas de estoque e resolveu se



Evandro Matheus

Inaugurada no domingo no Conjunto Nacional, a Mark Store prefere ser chamada de loja de oportunidades

especializar em sapatos e bolsas *fashion*. Inaugurada em abril na 111 Norte, lançou em agosto uma nova loja na 309 Sul. "Nós queríamos uma loja diferente das outras pontas de estoque e das convencionais, que estão com as vitrines muito uniformizadas", disse. Outro motivo que também fez a loja optar pelo visual *fashion* foi a dificuldade em conseguir as coleções atuais. "Quando se trabalha com ponta de estoque, geralmente se trabalha com as coleções anteriores e aqui nós temos um estilo, que não sai de moda", explica.

O sistema de ponta de estoque também vem sendo adotado por outros segmentos. A Biruta, com lojas na 205 e 211 Sul, é uma boutique que adota o sistema. O engenheiro civil Cláudio Segredo largou a engenharia há cinco anos para abrir a loja, que no começo funcionava na sua casa. "Quando comecei, trabalhava basicamente com peças com defeitos mínimos, mas quando abri a loja da 205 precisei melhorar a qualidade dos produtos, porque o público ficou mais exigente", diz.

Outro problema enfrentado por Cláudio foi a falta de todos os tamanhos e modelos, comum em pontas de estoque, porque as fábricas normalmente vendem apenas alguns lotes de peças, do

mesmo tamanho. "Para conseguir completar os tamanhos, peças de qualidade e até de coleção, eu preciso viajar de 15 a 20 vezes por ano até os fornecedores para fazer compras", diz.

Dessa forma, Cláudio consegue praticar preços de 30% a 60% mais baixos. "Eu acrescento ao preço de custo apenas 50% e consigo vender três mil peças por mês, com uma média de preços por peça de R\$ 30", garante.

A clientela aprova e garante que a qualidade é boa. "A vantagem de comprar aqui é o preço menor, mas há também uma grande variedade, que estão na moda", diz a estudante Mariana Pimentel. O professor Ricardo de Faria Oliveira precisava comprar um presente para um amigo oculto e sua esposa indicou a Biruta. "O preço é bom e o produto também", avaliou.

A busca pela qualidade, mesmo trabalhando com o sistema de ponta de estoque, é palavra de ordem na Mark Store. Chamando ponta de estoque de oportunidade, a Mark Store Comércio de Roupas S/A vem trabalhando desta forma desde julho nas três lojas do Rio de Janeiro e inaugurou, no último fim de semana, duas lojas em Brasília, no ParkShopping e Conjunto Nacional. "Nós temos contatos com muitos fornecedores, no Brasil

e no exterior, que nos comunicam quando há um cancelamento de pedido ou uma sobra de produção, que arrematamos negociando o menor preço. Por isso, chamamos de oportunidade", explica José Xavier, um dos sócios da Mark Store.

Para conseguir isso, a tática é ter um relacionamento de parceria com os fornecedores e muito capital na mão, para conseguir preços baixos. "Tudo na loja, desde as mercadorias, passando pelas sacolas e até reparos na parede são feitos com o menor custo possível, para não repassar para os preços das mercadorias", diz.

Marcas como Laura Ashley, Ann Taylor, Limited, podem ser encontradas por preços bem em conta. "Um vestido Laura Ashley, que em outras lojas custa R\$ 480, aqui pode ser comprado por R\$ 89, e é o nosso produto mais caro", diz.

O resultado pôde ser medido nos quatro dias de funcionamento. No ParkShopping, houve fila dentro e fora da loja, que tem 380 m<sup>2</sup>. Segundo Xavier, cada uma delas tinha um estoque inicial de 60 mil peças de sábado para cá já vendeu pelo menos 30 mil. "O público do Distrito Federal entendeu a nossa proposta, de oferecer produto de qualidade por um preço acessível", resume.