

Aumenta a compra em consignação

Depois da retração nas vendas registrada no mês passado, o varejo de bebidas e alimentos importados quer dividir o risco do encalhe de produtos de fim de ano com os grandes atacadistas

MÁRCIA DE CHIARA

Grandes redes de varejo ampliaram, nas últimas semanas, as compras de bebidas e alimentos importados em consignação. A intenção dos varejistas é dividir com o atacado o risco de encalhe dos produtos por causa da forte retração nas vendas registrada desde o mês passado.

“Cresceu entre 20% e 30% o interesse pelas parcerias deste tipo nas últimas semanas”, afirma o diretor da Expand, Elídio Lopes Cavalcanti. Entre bebidas e alimentos, a importadora revende 2.500 itens para 1.200 lojas especializadas e supermercados espalhados pelo País.

O maior interesse pela compra em consignação de bebidas estrangeiras é confirmado pelo diretor comercial da La Pastina, Celso Fernandes La Pastina. A empresa, que só atua no atacado, vendendo cerca de 500 itens para a 3 mil lojas especializadas, supermercados e restaurantes, informa que não adota esse sistema de vendas por causa do alto risco da operação, apesar do crescente interesse por parte de seus clientes.

“Até as empresas mais orgulhosas, que trabalham com recursos próprios, estão propondo a compra em consignação”, conta Cavalcanti. No mês passado, as vendas de artigos importados da Expand repetiram o desempenho de agosto, mas ficaram entre 10% e 15% abaixo das expectativas.

Por conta da queda nas vendas, a importadora decidiu reduzir entre 5% e 30% os preços dos vinhos importados da França, Itália, Alemanha e Chile, entre

outros países. O objetivo, explica o diretor comercial, é atrair o cliente para a loja e manter a entrada de recursos na empresa. Com isso, a companhia evita buscar empréstimos nos bancos e escapa das altas taxas de juros para capital de giro.

Já a La Pastina, que fechou setembro com uma receita 10% abaixo da meta traçada, não alterou os preços por enquanto, conta o diretor comercial. Mas ele explica que, se houver uma desvalorização do real, a diferença será repassada para o consumidor. Na sua análise, com a chegada de fim de ano e a retração já registrada no mercado por causa do agravamento da crise finan-

ceira internacional, o comércio terá de promover mais os produtos dentro das lojas. “Mas eu não acredito em uma baixa generalizada nos preços”, observa La Pastina.

Sem saída - As grandes importadoras estão com pedidos de compras praticamente fechados para este fim de ano e não teriam como cortar os volumes diante da perspectiva de uma demanda menor para o Natal. A Casa Santa Luzia, por exemplo, até julho tinha recebido metade dos volumes comercializados entre outubro e dezembro. Segundo o diretor da empresa, Jorge Conceição Lopes, do que falta para o fim de ano, 30% das mercadorias estão a caminho e apenas 20% ainda não foram embarcadas nos países de origem.

“Fazemos estoques para seis meses”, diz o diretor da Expand. Ele conta que os pedidos para o Natal já foram feitos, levando em conta o cenário macroeconômico anterior ao agravamento



Importador já tinha feito pedido aos fornecedores quando a crise piorou

da crise. Na comparação com igual período do ano passado, a empresa encomendou um volume de produtos 12% maior. Mas, apesar desse incremento nas quantidades, a expectativa é faturar a mesma cifra do ano passado por causa do desaquecimento das vendas. “Vamos ter de trabalhar mais”, observa Lopes Cavalcanti.

Precaução - O medo de que o governo mexa no câmbio após as eleições fez com alguns importadores se resguardassem de uma possível desvalorização da moeda nacional.

O diretor da La Pastina, por

exemplo, conta que quitou, até sexta-feira, todas as faturas em dólar que eram possíveis. Além disso, tratou de utilizar os recursos da empresa que normalmente seriam aplicados em operações financeiras de curto prazo na comprar dólar no mercado futuro. O objetivo é se resguardar

de possíveis mudanças cambiais.

“Eu confio plenamente na política econômica, mas faço seguro”, diz o diretor da La Pastina. Com essa operação, a empresa ficou coberta por um mês de possíveis alterações que possam ocorrer.

EMPRESÁRIO
COMPRA DÓLAR
NO MERCADO
FUTURO PARA SE
PROTEGER DE
ALTERAÇÕES NO
CÂMBIO

■ Colaborou Edilson Coelho