

Lojistas esperam o Dia da Criança com cautela e até pessimismo

O Dia da Criança não promete ser animador para o comércio e a indústria de brinquedos. Os lojistas foram cautelosos nas compras diante da desaceleração de vendas desde agosto e por causa das altas taxas de juros. Resultado: os estoques foram mantidos ou reduzidos em relação ao ano anterior. De acordo com uma avaliação da Associação Brasileira da Indústria de Brinquedos (Abrinq), a queda de vendas esse ano deve girar em torno de 10%.

Mais pessimista, o presidente da Federação do Comércio de São Paulo, Abram Szajman, acredita que a crise está tão feia que os varejistas devem vender entre 30% e 35% a menos em relação à mesma data no ano passado. “Não temos um levantamento específico do setor. Mas sabemos que o consumidor está comprando apenas o essencial para sua sobrevivência. Não acho possível que o comércio de brinquedos seja uma exceção nesse quadro de crise. O

Dia da Criança de 91 deve ser magro”, concluiu.

As lojas que trabalham com brinquedos não podem ser tão pessimistas. Por isso, apostam no apelo da publicidade junto às crianças, nas novidades (veja a seção do consumidor na pg. 16) e na competitividade de preços para vender. Mas cuidado: as diferenças de preço de uma loja para outra, segundo uma pesquisa do Procon, realizada no último dia 1º, chega a ser de 136,80%.