

Coca-Cola apela para promoção inédita

Até a Coca-Cola rendeu-se às evidências e lançou uma promoção inédita na história da empresa: investiu US\$ 3,5 milhões (Cr\$ 6,5 bilhões pelo câmbio paralelo) na compra de um plano de previdência da Prever — seguradora ligada aos bancos Nacional, Bamerindus e Unibanco — que garante aos cem ganhadores do “Mesadão” uma contribuição mensal de Cr\$ 150 mil, durante dez anos, corrigidos pela TR ou pelo índice que o governo determinar na época.

O sorteio vai ocorrer entre os dias 29 de março e 3 de abril, no quadro “Video Cassetada” no programa do Domingão do Faustão, da TV Globo. E para concorrer basta responder a uma simples pergunta: “qual o refrigerante mais vendido no mundo?”

Este é o sinal mais visível de que a venda de refrigerantes não está deixando a indústria nada satisfeita. O presidente da Rio de Janeiro Refrescos, Antônio Carlos Vidigal, disse que se não fosse a política da Coca-Cola — de trabalhar com estoque para dois ou três dias — toda a produção estaria encalhada.

A crise também atingiu sua concorrente direta, a Pepsi-Cola. Seu diretor de Marketing, Gerry Schmidt, não chegou a precisar de quanto foi o desaquecimento das vendas, preferiu declarar apenas que o “verão foi fraco”.

— O consumidor está parando de consumir — comenta Vidigal, acrescentando que, na Rio de Janeiro Refrescos, a venda de refrigerantes neste verão subiu algo entre 3% e 4% sobre o ano passado que, como ocorreu no segmento de cerveja, já havia sido fraco. Responsável por 50% das vendas anuais, o verão deste ano deixou a desejar. A temperatura se manteve alta durante quase toda a estação, mas não foi suficiente para fazer o consumidor esquecer da “dureza”.