

**MAIS DESTAQUE,  
 MAIS IMPACTO,  
 MAIS RESULTADO**

Novos modelos de anúncios de linha nos CLASSIFICADOS do Diário de S. Paulo.



PARA ANUNCIAR LIGUE: **11 - 3658-8000**

OPORTUNIDADE

# Dia da Criança alavanca vendas e aumenta o faturamento no varejo

*Data já é considerada a terceira melhor para o comércio, que projeta um crescimento de 10% neste ano*

CLAUDIA RIVOIRO  
 anac@diariosp.com.br

Se a economia mundial passa por momentos de apreensão, por aqui o pessimismo ainda não chegou. Pelo menos para o comércio, que espera, com ansiedade, pelo Dia da Criança, que será comemorado no próximo domingo, 12 de outubro, e já é considerada a terceira melhor data para o varejo, perdendo apenas para o Natal e Dia das Mães. A expectativa tem lógica, afinal o faturamento no Dia dos Namorados, em 12 de junho, cresceu 8%.

André Felipe M. de Oliveira, gerente geral de projetos da RGIS Brasil, empresa focada em serviços de varejo e inventários, ressalta que existem fatores positivos neste momento no Brasil, que contribuem para essa euforia no varejo, como o aumento no emprego formal, na renda mensal e do poder financeiro da classe C. "Só para exemplificar esse clima positivo, a Brinquedos Estrela está lançando 120 novos produtos, 20% a mais que em 2007. Além disso, o gasto por presente deverá ficar em torno de R\$ 70", afirma. Oliveira enfatiza que os varejistas precisam estar atentos nesta semana, antes da data, para não perderem vendas que comprometam o lucro.

**Monitorar estoque**

Ele cita como problemas o descontrole no estoque, que envolve a confusão dos produtos, as possíveis trocas e a falta de mercadoria na loja. "O controle é muito importante e o lojista deve monitorar os itens mais vendidos para não faltar nas prateleiras. O conselho é válido para quem vende roupas ou brinquedos. Hoje, o cliente é muito rápido e no caso das



MEDEIROS, proprietário de duas lojas de moda infantil e juvenil, não se descuida do foco do negócio, do estoque e do atendimento

crianças, mais ainda. Atualmente, a preferência recai em roupas com estampas dos personagens infantis, como Homem Aranha, Ben 10, Batman e sobre o videogame, o presente mais desejado no momento", observa. Ele ressaltou que caso sobre algum produto, que tenha menor giro, o mais indicado é fazer

promoção após a data. "É a decisão mais acertada para o lojista porque seu o capital estará mobilizado", explica Oliveira.

Luiz Fernando Sambugaro, diretor de marketing da Gateway, empresa sueca que presta serviços e soluções antifurto para o varejo, aconselha a prevenção no ponto-de-venda, prin-

cipalmente nesta época, quando as vendas em lojas de brinquedos acontecem em maior escala. "Com o aumento dos consumidores nas lojas neste período, a criança quer pegar os produtos. O resultado é uma movimentação maior e é justamente nesse momento que se registra o maior número de furtos, pois os ladrões se misturam tranqui-

lamente com os compradores. Neste caso, é preciso ter um eficiente sistema de segurança eletrônico — já existe uma variedade de modelos para todos os bolsos — ou contratar um batalhão de seguranças ou, então, o que é pior, perder o foco na venda para ficar alerta e se portar como vigilante, o que não é nada agradável", finaliza.

**Paciência e foco no cliente**

Carlos Medeiros, 38 anos, está há 18 trabalhando no ramo comercial. Hoje, possui duas lojas de roupas infantis, a Kids&Co, em shopping centers da cidade, voltadas para abastecer o guarda-roupa dos pequenos desde o nascimento até a adolescência. "Comecei a trabalhar neste ramo com a franquia argentina Mimo de roupas infantis, que encerrou a sua operação no Brasil. Não desisti do ramo e percebi que as opções para o vestuário infantil eram poucas, foi quando resolvi abrir a primeira unidade da Kids&Co há cinco anos e a segunda há três anos", conta. Ele confirma que, devido ao Dia da Criança, as vendas sempre aumentam.

"Sem dúvida é um bom momento para faturar", enfatiza.

**Interação**

"Como trabalhamos para esse público, que a partir dos três anos de idade já sabe muito bem o que quer vestir e acho que elas estão corretas mostrando que tem personalidade, conto com uma equipe de nove funcionários, de 22 anos a 38 anos, e todos gostam de criança, o que é importante. É preciso ser paciente e dedicado e saber interagir com esse público, porque às vezes acontecem situações constrangedoras, como uma criança com as mãos sujas pegar alguma roupa", observa. Não perder vendas e a clientela, o empresário mantém estoque nas lojas e fora, além de um depósito nos shoppings. "Estou sempre focado no negócio. Não descuido nunca, mas gosto bastante de vender para esse público tão especial", confessa Medeiros.