

Peg & Faça quer mais 11 lojas até o fim de 91



O jogo Master System, da Tec Toy, a empresa pretende investir US\$ 10 milhões no biênio 90/91

Tec Toy mantém plano de investir US\$ 10 milhões no biênio 90/91

Da Reportagem Local

A Tec Toy vai manter o plano de investimento previsto para o biênio 90/91. A empresa pretende aplicar nesse período cerca de US\$ 10 milhões, que serão usados principalmente na construção de nova fábrica em Manaus. A fábrica deve ficar pronta até o fim do próximo ano e vai abrigar quatro linhas de montagem, hoje separadas.

O investimento faz parte da estratégia de "crescimento auto-sustentado", segundo o diretor de marketing Stefano Arnhold, 35. Ele diz que a empresa reinveste seus resultados e evita levantar recursos junto a bancos.

Em três anos de existência, a Tec Toy já disputa com a Brinquedos Bandeirante a segunda colocação no ranking do setor. A Bandeirante, usando como base o faturamento em cruzeiros, é a segunda colocada, segundo a Abrinq (Associação Brasileira da Indústria de Brinquedos), que congrega também os fabricantes de instrumentos musicais.

Usando como critério o faturamento em dólar, no ano passado, a Tec Toy fica com a segunda colocação: fechou o ano com cerca de US\$ 70 milhões. Arnhold pretende manter esse desempenho este ano.

Menino estraga promoção

Da Reportagem Local

O Master System possui um terceiro jogo dentro de seu sistema. Ele seria usado como conceito promocional, se fosse constatado declínio de vendas. A idéia foi abandonada porque um menino de 12 anos descobriu o segredo há dois meses. A Folha mostra neste sábado como acessar o jogo.

Da Reportagem Local

Depois de testar o mercado do "faça você mesmo" com duas lojas-piloto, a rede Peg & Faça do grupo Pão de Açúcar decide explorar definitivamente esse setor com a expansão do número de pontos de venda.

A terceira loja da rede está sendo inaugurada hoje, na zona oeste da capital paulistana, e até o final do próximo ano a meta do grupo é abrir a porta de mais 11 na região da Grande São Paulo.

O interior do Estado é outro mercado que vem sendo avaliado pela empresa e que deve integrar a segunda fase de expansão.

As novas lojas deverão ter a metragem padrão das duas primeiras — 800 m² de área de venda — e entre 5,5 mil e 6 mil itens.

Os investimentos globais por loja somam Cr\$ 50 milhões, segundo Luiz Bertinck, 52, gerente-geral da divisão Peg & Faça.

A rede foi concebida dentro do conceito de "bricolage", de origem francesa, e que consiste na oferta de produtos para conservação e manutenção das áreas interna e externa de uma residência.

Cada loja Peg & Faça conta com seis seções diferentes (madeiras e fixações; pequenas obras e reformas; tintas e complementos; ferramentas e equipamentos;

jardinagem e utilidades; e ferragem) e uma equipe técnica de orientadores para o consumidor. "Nossa idéia não é vender apenas produto, mas também serviço", afirma o executivo.

A Peg & Faça faz parte da divisão de varejo B do grupo Pão de Açúcar, ao lado das redes Jumbo Eletro e Extra. Sua participação no faturamento mensal dessa divisão — estimado pelo executivo em Cr\$ 5 bilhões — é hoje de apenas 0,5%. Com o plano de crescimento, a meta é registrar 4% desse montante até o final de 91.

A divisão de varejo A do grupo abriga as redes Superbox, Minibox, supermercados especiais e outros supermercados.

A primeira loja foi aberta em 83, na zona sul, e a segunda, entre 85 e 86, no shopping Lar Center, zona norte. Apesar de esse não ser um mercado novo, o crescente número de consumidores desses dois pontos nos últimos anos foi um dos fatores de estímulo para a ampliação da rede.

Cálculos realizados pela Peg & Faça indicam que cada uma das lojas-piloto recebia até dois anos atrás 600 pessoas por dia e 1.200 por sábado. Hoje, a média de consumidores por loja é de 1.000 ao dia e 2.000 aos sábados.

O faturamento de cada uma das duas lojas é de Cr\$ 10,5 milhões, segundo Bertinck.

Resultados de uma outra pesquisa, realizada com 1.746 pessoas em portas de supermercados no ano passado, também contribuíram para impulsionar o projeto de crescimento.

Nela, 86% das mulheres e 88% dos homens entrevistados afirmaram que faziam pessoalmente os consertos de casa.

Entre os motivos apontados, o custo da mão-de-obra surgiu com 53% das opções e a ocupação do tempo livre, com 39%. A falta de mão-de-obra obteve 17% das respostas.

Pintura e eletricidade foram os reparos mais citados pelos entrevistados, com 61% e 58%, respectivamente. Depois deles, jardinagem foi lembrado por 30% das pessoas, hidráulica, por 29%, e carpintaria, por 35%.

Segundo os entrevistados, os produtos ligados ao reparo da casa mais indispensáveis são ferramentas (86%), ferragens (35%) e material de reposição (28%).

Dos critérios de escolha para a atividade, preço/qualidade ganharam 45% da simpatia dos consumidores; só preço, 25%; enquanto a marca do produto ficou com 22%. A qualidade conquistou 20% das opções e o item indicação, 7%. (MB)

LEIA MAIS

Sobre produtos do tipo "faça você mesmo" na pág. F-1

Comunicação terá verba de US\$ 6 mi

Da Reportagem Local

A Tec Toy vai ampliar em 50% os investimentos em publicidade e promoção para conseguir repetir em 90 o desempenho registrado em 89, quando fechou o ano com um faturamento de US\$ 70 milhões aproximadamente. A verba destinada à divulgação este ano é de US\$ 6 milhões. Stefano Arnhold, diretor de marketing da empresa, afirma ser essa a única forma de enfrentar um período de indefinição na economia.

A Tec Toy lançou seu primeiro produto em 88. No ano passado, apresentou em setembro o vídeo game Master System, responsável hoje por cerca de 50% do faturamento da empresa.

As vendas do Master System já estão dentro dos patamares nor-

mais, após a retração verificada depois do pacote econômico. A venda do restante da linha continua aquém do esperado, diz.

A empresa prevê lançar este ano mais oito produtos novos, além de ampliar as opções de cartuchos para a linha de vídeo. O Master concorre no Brasil com equipamentos que possibilitam o uso da linha Nintendo, fabricados pela Gradiente, Dynacom e CEB.

Arnhold afirma deter hoje dois terços do mercado de vídeo de última geração. Cerca de 120 mil Master System estão nas mãos dos consumidores, diz.

A Tec Toy detém no Brasil o licenciamento da marca Sega, que atua em três mercados: brinquedos, vídeo games e filipermas, e produtos que usam o conceito de

inteligência artificial, ainda em fase de estudos de laboratório. Arnhold não descarta a possibilidade de trazer essa última linha para o país.

A inteligência artificial resulta em aparelhos voltados principalmente para educação infantil. Pode ser usado também em escolas e faculdades, como instrumento de apoio pedagógico.

O mercado brasileiro de brinquedos movimentou no ano passado um volume de aproximadamente US\$ 700 milhões. A Brinquedos Estrela S.A. é a líder isolada desse setor. O bom desempenho conseguido pela Tec Toy nos três anos de atuação é decorrência do posicionamento estratégico da empresa, ocupando no país uma fatia de mercado carente de produtos, segundo o executivo.

Cresce número de estabelecimentos conveniados da Credicard em abril

Da Reportagem Local

O mês de abril significou uma retomada no crescimento do setor de cartões de crédito, na opinião de Ernesto Barbanti, 44, novo presidente da Credicard S/A, empresa que administra os cartões Diners e Credicard. Segundo Barbanti, no mês passado foram realizadas cerca de 3 milhões de transações envolvendo os dois cartões, um movimento igual ao registrado no mesmo período de 1989. Em março, a empresa havia contabilizado cerca de 2,11 milhões de transações.

Outro dado apontado por Barbanti diz respeito ao número de estabelecimentos conveniados, que passou de 155 mil para 165 mil em abril. Esse número vinha se mantendo inalterado desde o início do ano. "Houve um retorno dos estabelecimentos que ha-



Ernesto Barbanti, novo presidente da empresa Credicard S/A

dicard registrou 30 mil novas adesões para os seus dois cartões. "Mas é um número baixo", diz Barbanti, que espera conseguir 60

queda, caso a economia se mantenha estável. Hoje, os juros cobrados pelo Diners estão em 16,8% e os cobrados pelo Credi-

SEMINÁRIO INTERNACIONAL

IGOR ANSOFF

NO BRASIL

A MAIOR AUTORIDADE MUNDIAL EM ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Os empresários e executivos brasileiros terão a rara oportunidade de estar com o autor das mais importantes obras já editadas na área e consultor de renome internacional. Ansoff tem recebido diversos prêmios por sua valiosa contribuição à administração.

STRATEGIC MANAGEMENT

In the 1990s

Tópicos Principais

- Fórmula do sucesso estratégico — Os desafios da década de 90
- Diagnóstico e orientação estratégica
- Evolução do uso do computador na administração estratégica
- Análise da competitividade em ambientes de turbulência
- Sistemas de tomada de decisão
- Escolha da estratégia competitiva
- Como assegurar a coexistência entre administração de operações e administração estratégica
- Gestão do processo de transformação organizacional
- Implementação de mudança estratégica

LOCAL E DATA: São Paulo — 17 de maio de 1990 — Centro Empresarial de São Paulo

PATROCÍNIO: **Amil**

APOIO: **FOLHA DE S.PAULO**

TRANSPORTADORA OFICIAL: **VARIG**

INFORMAÇÕES: **Rua Campevas, 356**

NACIONAL
O Banco que está a seu lado

EXAME

Nova Eldorado AM
700 kHz
CÍRCULO DE QUALIDADE