

Magazine Luiza mantém "otimismo moderado"

Varejo

Adriana Mattos

De São Paulo

A rede **Magazine Luiza** está "moderadamente otimista" para os resultados no fim do ano, segundo Frederico Trajano, diretor das áreas de marketing e vendas da empresa. Os estoques estão "equilibrados" e a demanda, em alguns segmentos específicos — como linha branca —, se mantém em um bom ritmo, disse Trajano, durante lançamento de um serviço da empresa em São Paulo.

"Há uma pesquisa mensal do Ministério da Fazenda que respondemos, sobre expectativas e demanda. Estamos informando que mantemos um otimismo moderado". Segundo o executivo, em algumas áreas, como na linha de aço inox da área de refrigeração, há problemas de entrega pelo crescimento da demanda, mas é um questão pontual. "Esse produto virou um pouco moda. Então se uma loja liga e diz que precisa de mais lotes para entrega, não vai ter".

Trajano informou que a foi "praticamente finalizada" a inte-

gração dos sistemas de tecnologia das lojas Maia e da lojas do Baú, adquiridas pela rede em 2010 e 2011, respectivamente. "Falta integrar apenas a Maia de PiauÍ, portanto, está quase tudo pronto".

O executivo disse que se não tivesse ocorrido redução do IPI para linha branca, as vendas da rede estariam menores. "Teríamos mais dificuldade para manter essa alta nas vendas de dois dígitos neste ano". A receita bruta consolidada do Magazine Luiza no segundo trimestre de 2012 foi de R\$ 2,1 bilhões, crescendo 21,6% em relação ao mesmo período do ano passado.

Ontem, o Magazine Luiza anunciou um acordo com a operadora de telefonia Claro para a venda de chip para celular pré-pago. A rede venderá em suas lojas chip com acesso limitado à internet, que incluirá a possibilidade de acessar três redes sociais (Facebook, Orkut e Twitter), conta de e-mail, o site da cadeia de varejo (para a venda on-line) e o site da Claro. Chamado de "Chip Luiza", o dispositivo será vendido nas lojas da cadeia e na Claro e custará R\$ 10.