

## Gazeta Mercantil – SP, 21/08/2002, C-3

### Crescem as vendas diretas ao varejo

Christiane Martinez

A concentração no varejo, tanto de supermercados quanto de eletroeletrônicos, tem incentivado as indústrias a buscarem canais alternativos para comercializar seus produtos. Assim, as vendas diretas, conhecidas popularmente como porta-a-porta, têm aumentado, ano a ano, nos países da América Latina, sobretudo no Brasil. Em 2001, as vendas diretas cresceram 9% na América Latina, segundo o diretor regional para a América do Sul da World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA), Jorge Mendez. A região - exceto o México - detém 5,9% de participação no mercado mundial de vendas diretas. O Brasil, sozinho, cresceu 10,9%, totalizando US\$ 2,5 bilhões. Segundo Mendez, além da América Latina, países da Europa Oriental e da região do Pacífico Sul são as áreas de maior potencial de expansão nesse formato de vendas. "São exemplos de crescimentos países como China e Rússia, onde o consumo tem aumentado e o mercado ainda está em desenvolvimento", diz. Ontem, ele apresentou a palestra "O desafio da venda direta na América Latina", na Fundação Getúlio Vargas. Apesar da retração econômica, a receita do segmento de vendas diretas no Brasil deverá registrar crescimento entre 15% e 20% neste ano, se comparado com o resultado de 2001, segundo a Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (Abevd). "O segundo semestre é tradicionalmente melhor para o comércio. Na venda direta, o período é ainda mais relevante", diz o **sócio-diretor da consultoria especializada em vendas diretas Hekuz Marketing, Marcelo Pinheiro**. No primeiro semestre deste ano, a receita com vendas diretas no Brasil aumentou 11,6% em relação a igual período do ano passado. "As empresas estão tentando conquistar todo o tipo de consumidor e as vendas diretas têm como principal característica o atendimento personalizado."