

Guia do Consumidor

CHOCOLATE COM REQUINTE



Algumas das apostas da Nestlé para esta Páscoa são o ovos Moça Doce de Leite, que custa R\$ 67,90, e o KitKat, no valor de R\$ 84,90. FOTOS: REGINA CARVALHO

Ovos de Páscoa chegam a custar quase R\$ 500

De olho no público mais exigente, empresas buscam parcerias com grandes marcas para agregar valor ao item

ÂNGELA CAVALCANTE
Repórter

Não é novidade que a proximidade da Páscoa desperta o interesse e o paladar do consumidor por ovos de chocolate. Mas o que muita gente não sabe é que existe um mercado seduzido por chocolates de luxo e disposto a pagar quase R\$ 500 por uma espécie dessas delícias requintadas, que, além de sabor irresistível, possuem o valor agregado da grife que carregam.

Referência dentre as marcas mais sofisticadas de chocolate comercializadas no País, a Kopenhagen trouxe para a data, neste ano, dois produtos exclusivos em sua Linha Luxo. O primeiro é o lançamento top da marca em parceria com a joalheria dinamarquesa Pandora, o Ovo Sweet Treasure, que custa R\$ 462,00. Confeccionado artesanalmente com chocolate ao leite, o ovo

Dois ovos de luxo são oferecidos pela Kopenhagen para a data. Um deles é Ovo Sweet Treasure, que vem acompanhado por um bracelete de prata da joalheria Pandora

possui camada de chocolate aromatizado de caramelo, pedaços de macadâmias, pistaches, cristais de caramelo e decoração amarga.

Em seu interior, traz bombons em formato de coração de chocolate ao leite com avelã e chocolate amargo com recheio sabor baunilha. O produto é

acompanhado de um bracelete de prata de lei da Pandora com fecho de coração.

Outro destaque da linha, o Ovo Fashion Le Lis Blanc, vendido por R\$ 129,00, já esgotou na maioria das lojas da Kopenhagen. De chocolate ao leite, com peso de 250 g, o ovo é decorado com uma estampa inédita desen-

volvida para a Kopenhagen, acompanhado de um nécessaire exclusivo da marca.

Na Sucré Patisserie, em três diferentes endereços em Fortaleza, verdadeiras iguarias gastronômicas desenvolvidos de forma exclusiva por chefs de cozinha são opções para os paladares dos mais exigentes nessa Páscoa. Vários tipos e sabores estarão disponíveis nas lojas a partir do próximo dia 11 de março. Mas quem quiser se adiantar na compra do seu ovo Sucré, já está disponível o Ovo Manu Bussara, de 500 g, feito com chocolate e doce de leite com massa folheada, por R\$ 98,00.

Cacau Show

Também objeto do desejo dos apaixonados por chocolate, a Cacau Show traz nessa páscoa produtos que são experiências gastronômicas inéditas e exclusivas, entre clássicos a lançamentos, por até R\$ 259,90. Esse é o preço da versão de 2,8 kg do ovo da Linha Clássicos. Feito com chocolate ao leite, ele tem bombons sortidos no interior.

Além do tamanho família (2,8 kg), a Linha Clássicos pos-

sui também o modelo de 800 g, que custa a partir de R\$ 79,90 nas lojas franqueadas da marca.

De acordo com a empresária Maria Dolores Mesquita Gomes, dona da loja franqueada da Cacau Show no Shopping Benfica, apesar do preço mais elevado, o clássico de 2,8 kg tem venda garantida todos os anos.

“Claro que pedimos uma quantidade mais reduzida desse ovo, pois, por ser grande, ele é procurado mais para confraternizações em família, de amigos ou de empresas. No mais nossos preços estão muito competitivos. Nossa perspectiva é vender todo o estoque de páscoa da loja”, estima a empresária.

Entre as novidades da Cacau Show para a Páscoa 2016 está o Ovo Dreams Petit Gâteau, da Linha Dreams Sobremesas, com três camadas de recheio, com cookies, trufa tradicional e recheio cremoso de chocolate, por R\$ 54,90. Na Linha Gourmet, o destaque é o Ovo Gourmet Vinho do Porto 350 g, que traz meia casca crocante de chocolate ao leite com castanha de caju e ovinhos com recheio sabor vinho do porto.

Nestlé

A Nestlé aposta em suas marcas consagradas nessa Páscoa. Quem gosta de ovo de colher, vai apreciar o ovo de chocolate ao leite com recheio Moça Doce de Leite, que vem com uma colher exclusiva da marca e custa R\$ 67,90. Já os fãs de KitKat poderão comprar por R\$ 84,90 um ovo de chocolate ao leite com pedacinhos de KitKat que vem com um headphone exclusivo.

Do mesmo grupo empresarial da Kopenhagen, o Grupo CRM, a Cacau Brasil, traz opções mais acessíveis, porém, não menos glamorosas. É o caso do Ovo Petit Gâteau, metade chocolate branco com recheio sabor de sorvete de baunilha e metade chocolate ao leite com recheio sabor bolo de chocolate. O lançamento está disponível nas lojas da rede a partir de R\$ 49,90.

Outra opção da marca para a data é o Ovo Divino 360g, que custa R\$ 52,70. De chocolate ao leite decorado com chocolate branco, o ovo traz bombons decorados em diferentes sabores, como chocolate branco com recheio cremoso de coco crocante, dentre outros.

EM 2015

E-commerce registra faturamento de R\$ 41,3 bi

Apesar do cenário econômico delicado do Brasil ao longo de todo o ano de 2015, alguns setores da economia nacional conseguiram obter bons resultados. Esse foi o caso do comércio eletrônico, que conseguiu manter seu crescimento, indo na contramão do varejo nacional, que amargou uma queda de 8,6%. De acordo com a Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico, no ano passado, o e-commerce movimentou R\$ 41,3 bilhões, o que representou um incremento de 15,3% em relação a 2014.

Os efeitos da crise para o e-commerce, no entanto, terão maior impacto nos resultados de 2016, quando o crescimento deve ficar na casa dos 8%, atingindo R\$ 44,6 bilhões. É o que revelou o 33o Webshoppers, relatório divulgado recentemente. “Em 20 anos de e-commerce, é a primeira vez que o desempenho pode ficar abaixo dos 10%, muito em função da perda paulatina do poder de compra do brasileiro, principalmente das Classes C e D, que vinham aumentando sua participação no segmento nos últimos anos”, diz Ludovino Lopes, presidente da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico. “Apesar da queda, os resultados ainda serão melhores que os do varejo tradicional”.

Evolução

De 2001 a 2015, o crescimento médio anual do e-commerce foi de 37%, totalizando 7.509% de incremento. Nesse mesmo período, o varejo restrito (varejo total menos vendas de combustível, automóveis e construção civil) apresentou crescimento de apenas 127%.

O relatório Webshoppers analisa a evolução do e-commerce, tendências, estimativas, mudanças de comportamento e preferências dos e-consumidores, traçando um perfil do setor. É realizado pela E-bit com apoio da camara-e.net e outras entidades e associações.

Itens típicos: até 54% de tributo

O aumento de imposto no preço do chocolate começa a vigorar em 1º de maio próximo, mas os ovos de Páscoa hoje já são taxados em 38,53%. Mas não são apenas os chocolates que possuem uma alta carga tributária na formação do seu preço.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT), entre os produtos mais consumidos típicos do feriado da Semana Santa, a maior incidência de imposto ocorre sobre o vinho, cuja tributação chega a 54,73% do valor do item. Em segundo lugar, está o bacalhau, também bastante consumido nesta época do ano, que possui 43,78% de imposto.

Os consumidores que tentarem fugir dos altos preços dos ovos de Páscoa optando pela compra de bombons de chocolate, por exemplo, não conseguem



Entre os produtos mais consumidos na Semana Santa, a maior incidência de imposto ocorre sobre o vinho, cuja tributação chega a 54,7%. FOTO: RODRIGO CARVALHO

rão, no entanto, escapar dos altos impostos: 37,61% do seu preço dos bombons vão para os cofres públicos.

No caso da barra de chocolate, a carga tributária atribuída é de 38,60%, de acordo com os dados do IBPT. Na colômbia pas-

cal, os tributos representam 38,68% do preço.

Efeitos

Para o presidente do IBPT, João Eloi Olenike, a única preocupação do governo atualmente é reduzir o rombo das contas públicas: “O mercado ainda não absorveu os reajustes tributários recentes, mas certamente estes, em breve, surtirão seus efeitos na mesa do consumidor, que pagará mais caro por estes itens, pois a maioria dos tributos estão embutidos no preço final dos produtos”, criticou Olenike.

Ele aconselha o consumidor a pesquisar atentamente os preços dos produtos se quiser economizar. “As famílias brasileiras poderiam consumir mais e melhor na Páscoa se não tivessem altos tributos encarecendo o preço dos produtos”, avalia Olenike.

SEMANA SANTA

Peso dos impostos

PRODUTOS	(%)
• Vinho	54,73
• Bacalhau importado	43,78
• Colomba pascoal chocolate	38,68
• Chocolate	38,6
• Ovo de Páscoa	38,53
• Bombons	37,61
• Cartão de Páscoa	37,48
• Peixes	34,48
• Almoço em restaurante	32,31
• Coelho de pelúcia	29,92
• Hospedagem em hotel	29,56
• Passagem aérea	22,32

FONTE: IBPT

EM JANEIRO

Atacado tem crescimento de 5,12%

São Paulo. As vendas do setor atacadista tiveram alta nominal de 5,12% no primeiro mês de 2016 na comparação com igual período do ano anterior, segundo pesquisa da Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados (Abad) e da Fundação Instituto de Administração (FIA).

O resultado de janeiro deste ano ainda é beneficiado por um efeito de base de comparação mais fraco do que em igual mês de 2015, quando as vendas tinham caído 5,12%. Ainda assim, o desempenho do setor atacadista ficou abaixo da inflação do período. Em termos reais, o faturamento dos atacadistas caiu 5,05% em janeiro.

DIA DA MULHER Pontofrio.com faz oferta de 700 peças

■ Já está no ar a campanha do Pontofrio.com para o Dia da Mulher, celebrado em 8 de março. A ação ocorrerá até a data comemorativa e leva para as clientes descontos de até 15% em mais de 700 itens.

TURISMO Setur promove o Ceará em Lisboa

■ O Ceará, por meio da sua Secretaria de Turismo (Setur), está participando da 28ª edição da Feira Internacional de Turismo, em Lisboa. O evento segue até domingo (6) e deve receber 70 mil visitantes.

IMÓVEIS Zera Estoque MD traz descontos de até 25%

■ A Moura Dubeux lançou ontem a campanha Zera Estoque MD, oferecendo descontos de até 25% em residenciais prontos e em obras adiantadas. A expectativa é movimentar R\$ 100 milhões.



NO ANO PASSADO Lucro da Lego registra expansão de 31%

■ A Lego, líder mundial em brinquedos de montar, teve, em 2015, uma alta de 31% no lucro líquido, atingindo o 9,2 bilhões de coroas dinamarquesas, que representam US\$ 1,34 bilhão, ante o ano de 2014.

NOS EUA Abercrombie fechou cerca de 340 lojas

■ A empresa americana Abercrombie fechou cerca de 340 lojas nos EUA nos últimos 6 anos. O número corresponde a um terço de todas as lojas no país. A marca pretende fechar outras 60 neste ano no país.