

28/11/2017 - 05:00

Farmácias ampliam presença

Por **Maria da Paz Trefaut**

Farmácias completas, bem ao estilo das drugstores americanas, têm ganhado cada vez mais espaço no mix dos shoppings



brasileiros. Marcas dermatológicas de prestígio como as francesas La Roche Posay, Eau Thermale Avène e Vichy, que pertencem ao portfólio da L'Oréal, escolhem farmácias nos shoppings de todo o país para a promoção de seus produtos. Isso explica porque redes como a Drogeria Iguatemi, que nasceu no shopping de mesmo nome, e a Drogeria Onofre, que começou e cresceu na rua, ampliam sua presença nos centros comerciais de várias cidades.

Leonardo Jorge, da Drogeria Iguatemi: oferta multimarcas de beleza

Com operações exclusivas em shoppings, a Drogeria Iguatemi, que agora se auto denomina "Boutique de Bem-Estar", acaba de reinaugurar sua loja conceito no Iguatemi. A nova loja teve a área ampliada de 130 m² para 200 m² com novos totens exclusivos para algumas marcas premium.

Segundo o diretor da rede, Leonardo Diniz Jorge, os corners dedicados a algumas marcas são consequência natural de resultados positivos nas vendas. Mais espaço permitiu dar mais destaque para algumas grifes internacionais, como Shiseido, Clinique e Clarins. "Desde que as importações foram liberadas, a Iguatemi vem suprimindo uma lacuna deixada no varejo pela ausência de grandes lojas de departamentos, a exemplo do que existe em outros países, e que permitem uma oferta multimarcas de beleza", diz o diretor.

O investimento em tecnologia permite que, ao entrar na loja, o cliente seja informado através do cloud wi-fi quais são os lançamentos e promoções. Novos recursos também mapeiam dados dos visitantes e comportamento de consumo, que viabilizam informações cruzadas para análise e estratégia de comunicação.

A Iguatemi tem oito lojas no país: quatro em São Paulo, duas em Campinas, uma em Curitiba e uma no Rio de Janeiro. O novo layout enfatiza destaque para aparelhos estéticos, barbeadores, secadores e modeladores de cabelos, que agora podem ser testados.

O plano de crescimento inclui uma loja física, em local ainda não definido, mas em shopping, que permita compras presenciais e on-line, com entregas para todo o Brasil. Ainda que a imagem da Drogeria Iguatemi seja de sofisticação, Diniz Jorge define o perfil de sua clientela como aquela que tem "um nível de exigência elevado". O desafio, diz, é "entender e conhecer muito bem as sutilezas e necessidades desse cliente".

Entender o cliente dos shoppings também é o desafio da Drogaria Onofre, cuja experiência foi adquirida no comércio de rua. No ano passado, a inauguração da primeira loja no Barra Shopping, o mais luxuoso do Rio, foi uma grata surpresa. "Foi um case que surpreendeu a própria Multiplan e que nos aguçou a vontade de continuar no mercado de shoppings", conta Mathias Adorno, diretor de operações e expansão. Já existe outra loja no Pátio Paulista e está prevista a abertura de mais uma no Shopping Light, no centro de São Paulo, no início de 2018.

Desde 2013, a Onofre pertence à americana CVS Health, a maior empresa de saúde do mundo, com mais de oito mil drogarias nos Estados Unidos e mais de 200 mil funcionários. Aqui, a Onofre tem 38 lojas em três Estados. No ano passado foram inauguradas oito filiais. Neste ano, foi implementado um projeto arquitetônico com corredores que permitem melhor fluxo e exposição de produtos, que se tornará padrão para as lojas.

Outra aposta é a introdução de marcas internacionais como Body Shop, a inglesa Bed Head e a Simple. Adorno diz que os planos de expansão estão sendo definidos em conversas com shoppings no interior paulista. O custo de cada loja (rua ou shopping, incluindo o ponto) é na casa de R\$ 1,3 milhão.