

Veículo: Mapa das Franquias

Data: 12/6/2015

Formato: [Online](#)

12/06/2015 - por Bruna Santos de Souza

[Like](#) [Share](#)

A Paleteca inova para não perder clientes com o inverno

Rodrigo Reich conversou conosco e explicou que as paletas são encaradas pelos brasileiros como uma sobremesa saudável e não apenas como um sorvete.



As [paleterias](#) foram uma febre no ano passado e no verão 2015. Agora as empresas passam por um teste. Sem o modismo e no inverno, estação no qual o consumo de sorvetes no Brasil diminui, como as marcas estão se preparando para sobreviver? Planejamento é a palavra-chave, segundo Rodrigo Reich, gerente de Marketing e Relacionamento da Paleteca. Reich explicou em entrevista que o momento é propício para organizar a marca, investir no que está dando certo e inovar. Atualmente a marca possui mais de 80 unidades abertas em diversos estados e o faturamento chegou aos R\$ 20 milhões, em 2014. Confira a conversa completa que tivemos com Rodrigo.

Mapa das franquias – Quais as próximas ações da Paleteca para manter os clientes durante todo este ano?

Rodrigo Reich – A partir de julho alguns licenciados contarão com o cartão fidelidade para os clientes, além disso, também iniciamos presença na região Norte. Em abril abrimos nosso primeiro ponto de venda no Pará e em maio a loja em Manaus. Assim a Paleteca ampliou sua presença para 14 estados brasileiros. Também estamos investindo R\$ 7 milhões para ampliar a nossa capacidade produtiva.

Mapa das franquias – As paleterias viraram moda no verão brasileiro, contudo, foi uma febre que passou. Este não é um fato novo e é recorrente no ramo dos negócios. Também sabemos que muitas empresas que abrem em virtude de uma moda acabam fechando. Como a Paleteca está se preparando para evitar acabar junto com a febre das paleterias ou perder em faturamento?

Rodrigo Reich – Entendemos que se trata de um segmento muito competitivo, mas há também, oportunidades de expansão. As regiões Norte e Nordeste são mercados com boas perspectivas. Em abril abrimos nosso primeiro ponto de venda no Norte, em Parauapebas, no Pará. E temos previsão para abertura de novas lojas neste ano em todo o Brasil. Atualmente temos 85 lojas em operação.

Além disso, a proposta da Paleteca é oferecer sempre um mix de produto atraente para o consumidor. O nosso principal diferencial é a qualidade do sorvete. Sabemos que se trata de um mercado competitivo, por isso nossa estratégia para seguirmos fortes neste segmento será inovar sempre, nos tornando referência de mercado. Nosso faturamento em 2014 foi de R\$ 20 milhões e esperamos aumentá-lo neste ano.

Mapa das franquias – Como os licenciados estão sendo preparados para as ações de inverno e para não perder clientes?

Rodrigo Reich – Com os novos lançamentos diet e com nova campanha em ponto de venda a expectativa é bastante positiva para o inverno. Atualmente temos 24 sabores, e em algumas regiões as paletecas ainda são uma novidade e buscamos fortalecer a marca para os clientes em todas as épocas do ano. Além disso, todos os pontos de venda contam com a nova comunicação visual.

Mapa das franquias – Em pesquisa, o consumo de [sorvetes](#) no inverno está aumentando gradativamente no Brasil, porém o País ainda perde em consumo para outros países. Vocês já conseguem perceber que há uma diferença no consumo?

Rodrigo Reich – Sim, pois as paletecas estão conquistando cada dia mais o gosto dos brasileiros. A qualidade do produto, por ser saudável, produzido com frutas e não polpa, agradou o consumidor que tem procurado fazer escolhas mais saudáveis. Além disso, o consumidor brasileiro vê na Paleteca não apenas um sorvete, mas também uma sobremesa e um alimento.