

BOM ASTRAL NO FIM DE ANO



Carlos Vieira
Lancelle: "Se é o Natal das lembrancinhas, terei muitas aqui para oferecer."

COMÉRCIO REVÊ PREVISÕES PESSIMISTAS PARA O NATAL E ESPERA FATURAR MAIS 3% EM RELAÇÃO A 1997

Flávia Filipini
Da equipe do **Correio**

Ilustração: Kácio

Nem lucros espetaculares, nem prejuízos. Com juros tão altos e a perspectiva de recessão no ano que vem fica difícil imaginar boas notícias. Mas a verdade é que o Natal deste ano não será tão ruim como se imaginava há um ou dois meses.

A visão dos empresários do Distrito Federal sobre as vendas no período natalino foi mudando aos poucos. Até outubro, os lojistas se baseavam na queda consecutivas das vendas — acumulada em 43,4% — para prever que o Natal deste ano seria mais magro que o de 1997. As vendas são subiram. Apesar do Dia das Crianças, outubro chegou ao fim apresentando uma retração de 0,85%, em relação ao mês anterior.

Mesmo assim, a opinião de quem atua no comércio mudou. O fato de a queda nas vendas em outubro ter sido a menor dos últimos seis meses ajudou a melhorar as expectativas. Passou-se a acreditar que o DF teria um Natal semelhante ao do ano passado — posição que prevaleceu mesmo diante das medidas de ajuste fiscal anunciadas pelo governo.

13º SALÁRIO

Hoje, percebe-se um clima de otimismo entre os empresários locais. É consenso que o comércio fechará dezembro com um volume de vendas aproximadamente 3% maior em relação ao mesmo período de 1997. "Vamos quebrar essa sequência de queda que registramos desde o início do ano", diz o presidente da Federação do Comércio, Sérgio Koffes. A confirmação do pagamento do 13º salário aos funcionários públicos federais e do DF, a queda nos juros, a convalescença dos países asiáticos e o empréstimo prometido ao Brasil pelo Fundo Monetário Internacional (FMI) contribuíram para criar esse clima positivo.

"Se tivermos um Natal igual ao do ano passado já será bom. Mas com o vento a favor, acreditamos que chegaremos aos 3% de acréscimo no movimento deste ano", afirma o presidente da Câmara dos Diretores Lojistas (CDL), Antonio Augusto Moraes. Também pesou nessa avaliação dos comerciantes o acréscimo nas vendas registrado nos primeiros quinze dias de novembro.



Segundo Edson Carvalho, diretor da Associação dos Lojistas de Shopping, o aumento ficou entre 10% e 15%, em relação ao mesmo período do ano passado. "As pessoas que estavam economizando, perderam um pouco o medo de gastar. É um sintoma positivo. Acredito que este ano vamos vender entre 2% e 3% a mais, avalia Carvalho. Proprietário das lojas de calçados Turma do Pé, ele contratou mais cinco funcioná-

rios (10% do total que emprega) para auxiliar nas vendas até o Natal. "Dependendo do movimento, espero contratar mais em dezembro."

Os empresários também entendem que os consumidores criaram este ano uma vacina contra crise. Eles atravessaram um período de adaptação e agora aprenderam a comprar na medida certa, sem medo de endividamentos, apesar dos altos juros. É uma situação diferente

da verificada no final do ano passado, quando, às vésperas do Natal, os brasileiros foram surpreendidos com um pacote. Mesmo assim, as vendas foram 6% maior do que em dezembro de 1996.

Em 1998, as notícias ruins chegavam quase que diariamente, o que teria feito os consumidores se acostumarem a viver na crise. "Tomando uma dose de veneno todo dia, as pessoas terminaram criando imunida-

de. Hoje sabem quanto vão gastar", diz Luis Lancelle, dono da loja Gasoline, localizada no Pátio Brasil.

Ele acredita que nem o fato de o governo atrasar o pagamento do 13º — o servidor do Distrito Federal receberá a última parcela dia 30 de dezembro e o federal no dia 5 de janeiro — nem o fechamento dos shoppings aos domingos vai afetar as vendas deste Natal. E na hora de fazer as contas, Lancelle é bem mais

otimista que seus colegas: aposta em 20% de aumento este ano, em relação a 1997. Na sua loja, o acréscimo será de 50%, prevê.

Lancelle acha que conseguirá vender muito porque se adaptou à conjuntura econômica. Na hora de fazer as encomendas, optou por produtos de menor valor. "Se é o Natal das lembrancinhas, terei muitas aqui para oferecer." O comerciante também eliminou qualquer regra para as vendas em sua loja. Ele aceita pagamentos em duas vezes sem juros, mas, se o cliente insistir um pouquinho, ganha um prazo maior. "É ao gosto do freguês. Não vou perder um cliente por causa do prazo, da entrada ou dos juros." Seu otimismo também é demonstrado pela quantidade de funcionários temporários que contratou: saltou de quatro para nove vendedoras.

PRÊMIOS

Lancelle acertou quando apostou nos produtos de menor preço. O vendedor autônomo Nivaldo Oliveira, de 39 anos, não pretende gastar com supérfluos neste Natal, nem mesmo para concorrer aos carros que os shoppings vão sortear. "Não vou me deixar levar por prêmios. Comprarei só o necessário, pelo menor preço possível", diz Oliveira. A dona de casa Adailda de Souza, de 48 anos, concorda com ele: "Vou comprar de quem me oferecer qualidade por menor preço. Hoje em dia não podemos abusar com grandes presentes."

A Associação Comercial de Ceilândia está correndo atrás de consumidores como Nivaldo e Adailda, os chamados "clientes das lembrancinhas". No lugar de investir em sorteios de prêmios, a associação focou as promoções do fim de ano na redução dos preços. "Em segmentos como material de construção, calçados e roupas não teremos concorrência", garante o presidente Álvaro Iaccino. Segundo ele, as lojas da cidade vão reduzir seus preços em até 40%.

A campanha de Natal em Ceilândia será lançada na próxima segunda-feira. O único carro oferecido pelos lojistas, um Fiat Palio, ficará em exposição no teto do prédio da associação. "É só para fazer diferente. Não acreditamos que carro algum faça as pessoas consumirem mais. Elas querem é economizar."