



DESCONTOS E ISENÇÕES

Milton deixou de cobrar taxas de administração de aluguéis e está fechando parcerias para garantir aos clientes da imobiliária descontos em outros estabelecimentos. Os negócios da Liderança cresceram 1000%, diz o empresário



MOVIMENTO GARANTIDO

Rogério diz que o funcionamento da Lojas Americanas do Brasília Shopping aos domingos, as facilidades de pagamento e as vendas de ingressos para shows ajudaram a manter as vendas, num período em que o comércio amarga a queda no movimento

Parcerias aumentam vantagens

Lauro Rutkowski
Da equipe do **Correio**

Empresas de setores diferentes descobriram que a união pode garantir clientela fiel e gerar lucro. O sistema de parcerias comerciais funciona como uma espécie de rede, em que cada loja oferece como vantagem adicional aos seus clientes. "É uma forma nova de estabelecer parcerias que beneficiam os comerciantes e os consumidores. Todos ficam satisfeitos", diz o diretor-presidente da Liderança Empreendimentos Imobiliários, Milton Pedro Júnior — um dos pioneiros da iniciativa no Distrito Federal.

Há três meses, eles vêm fechando convênios com lojas para garantir benefícios aos seus quase dois mil clientes (entre compradores, locatários e fiadores). Milton conseguiu assegurar descontos de 5% a 10% para seus clientes em uma loja de eletrodomésticos, uma farmácia de manipulação, um laboratório de análises clínicas, uma transpor-

tadora e uma construtora.

O Ponto Frio, por exemplo, reduziu em 5% os preços de seus produtos para os clientes da Liderança. O mesmo desconto é oferecido pela construtora Silco Engenharia na compra de apartamentos em dois prédios no Sudoeste. A farmácia de manipulação Pharmacêutica e o laboratório de análise clínicas Universal concedem 10%. E a transportadora Mitral cobre orçamentos de outras transportadoras do mesmo porte para os clientes da Liderança.

"A Liderança tem quase dois mil clientes. Se todos eles fizerem negócios conosco, seria muito bom", diz o dono da Pharmacêutica, Jacinto Bitencourt. Para disputar mercado, a imobiliária oferece vantagens aos clientes de seus parceiros — como, por exemplo, dois meses de isenção da taxa de administração de um imóvel no caso de locação — que equivale a 10% do aluguel. Ele também reduziu de 5% para 3% a taxa de corretagem nas vendas e oferece, gratuita-

mente, serviços de avaliação de imóveis e de despachante.

Além disso, os três vendedores da imobiliária se dispõem a buscar o cliente em casa ou no trabalho para visitar o imóvel. O conjunto de novidade parece estar agradando a clientela. "Meus negócios cresceram 1000% desde que colocamos em prática todas essas novas idéias", diz Milton.

SEGURANÇA

O sistema de parcerias também é utilizado pela Safety Car. A empresa avalia carros usados para concessionárias e revendedores e testa os veículos para saber se podem receber um certificado de garantia de motor e câmbio pelo prazo de três meses. Se o veículo é aprovado, o comprador não tem com que se preocupar: se houver problemas de câmbio ou motor, quem vai resolver o problema é a Safety Car — e de graça.

Como vantagem adicional, o comprador ganha seis meses grátis de um "plano de saúde"

do veículo — o chamado Plano Ouro. Nestes seis meses, a Safety Car não cobra a mão-de-obra de serviços de regulagem, limpeza de bico eletrônico, revisão de sistema de freios, de parte elétrica e de suspensão, alinhamento, balanceamento, substituição de embreagem, troca de óleo, regulagem de farol e escapamento. O sócio-gerente da empresa, Guilherme Leite, diz que duas concessionárias (Bali e Park Way) e doze revendas (Nenen's, Casa das Máquinas, Buick Car, Unicar, Manzi, RM, Importcar, Stock Car, Vend Car, Salão do Automóvel, Flash Car e Golden car) trabalham com este sistema de garantia.

A Safety Car oferece uma vantagem para os clientes que fazem revisão em sua oficina no Setor de Indústria e Abastecimento (SIA): um carro popular alugado a R\$ 5,90 a hora, para ser usado por um período máximo de quatro horas. A empresa também adotou uma modalidade criativa de vender

seus serviços, semelhantes a "planos de saúde".

Há três planos, idealizados para automóveis nacionais ou importados com até dez anos de uso. No Plano Ouro, a pessoa paga uma taxa de adesão de R\$ 80 e doze mensalidades de R\$ 39,90; no Plano Prata — que dá desconto de 70% na mão-de-obra — a taxa é de R\$ 15; no Plano Bronze — que dá direito a 60% de desconto — a taxa é de R\$ 6. Todos os planos dão direito a atendimento de despachante, guincho 24 horas e trocas de pneu 24 horas. A empresa tem um ano de vida e já contabiliza três mil clientes.

As Lojas Americanas adotaram outra estratégia. Estão vendendo ingressos para shows. O objetivo iniciativa é atrair mais pessoas para dentro da loja, especialmente o público jovem. "Percebemos que a comercialização dos ingressos tem ajudado a alavancar nossa venda de CDs", diz o gerente-geral da unidade do Brasília Shopping, Rogério Vieira Neto.