

Natal anima lojistas

Flávia Filipini
Da equipe do Correio

Depois de crescimentos de apenas um dígito nas vendas natalinas dos dois últimos anos, o comércio de Brasília se prepara para uma febre de consumo no próximo mês. A expectativa do Sindicato do Comércio Varejista (Sindivarejista) é de que o Natal deste ano seja em média 10% mais gordo do que o ano passado. As administrações dos shoppings fazem cálculos ainda mais otimistas e prevêem vendas entre 15% e 25% maiores do que as de 1999.

Os empresários apontam apenas uma razão para as expectativas elevadas: o aquecimento da economia. "Os juros para compra no crediário estão mais baixos, os prazos para pagamento estão mais longos e o consumidor está realmente se beneficiando dessas condições. Nossa estimativa de 10% é até tímida", diz o presidente do Sindivarejista, Wlanir Santana.

Os empresários não querem repetir este ano os "chutes" que deram para cima nos dois últimos anos e acabaram frustrados. No Natal de 1998, o volume de vendas foi praticamente o mesmo do ano anterior. E em 1999, quando todos apostavam num aquecimento de 15%, o desempenho foi apenas 5,5% superior ao de 1998. Com os estoques lotados, os lojistas tiveram que fazer liquidações em janeiro para diminuir os prejuízos. "Este ano vai ser diferente", garante Santana.

O cenário realmente está bem distinto. O comércio do Distrito Federal comemora o término do ano com saldo positivo no quesito vendas. Segundo dados da Federação do Comércio do DF (Fecomércio), no ano passado o setor fechou o balanço com uma queda acumulada nas vendas em torno de 17%. Este ano a situação é outra.

Até setembro, o desempenho das vendas no comércio do Distrito Federal apontava para uma resultado favorável de 4%, segundo dados da Fecomércio. Ainda é menos do que os comerciantes esperavam, mas desde 1997 que este índice não exibia um número positivo. A melhora nas vendas pode ser medida também apenas pelo resultado de setembro. No mês passado a pesquisa da Fecomércio demonstrou uma estabilidade de 0,19% em relação a agosto. Também desde 1997 que o resultado neste mês não era positivo.

MAIS EMPREGOS

A boa expectativa para o Natal deste ano está refletindo nas contratações temporárias. Os setores de comércio e indústria do Distrito Federal vão abrir mais vagas este ano. No varejo, a estimativa é que os comerciantes absorvam até 17% a mais de trabalhadores do que em 1999 — o que pode significar cerca de 500 novas vagas. Na indústria do DF, que há dois anos não fortalece suas empresas com empregos temporários, a aposta é que o mercado de trabalho apresente um crescimento de 7% a 10%.

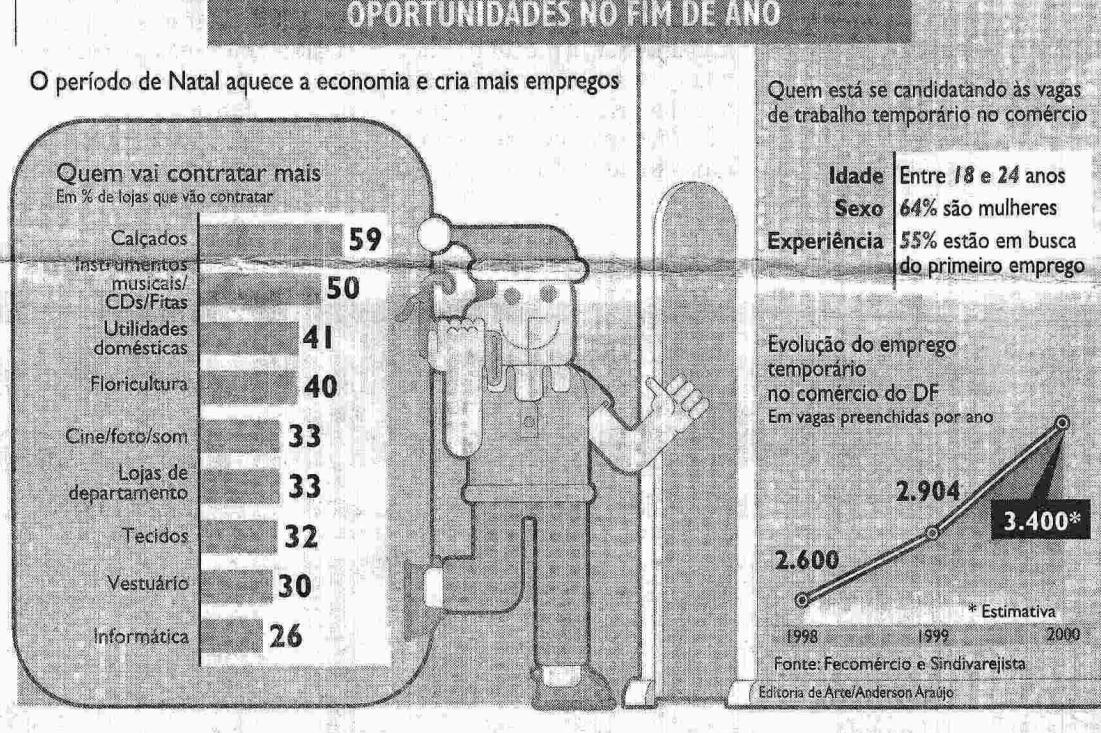
Em 1999, segundo o Sindivarejista, o número de pessoas contratadas para atender os clientes nas lojas entre novembro e dezembro foi de 2.904, apesar da queda nas vendas. "Não há motivos para que as contratações temporárias não atinjam a 3.400 vagas que estimamos este ano", diz Santana.

Boa parte dos empresários já iniciaram a seleção dos candidatos. No Brasília Shopping, por exemplo, lojas como a Jogê, a Chalé, a Taco, a San Philippo e Summer Shop estampam na sua vitrine um aviso de contratação. A superintendência do shopping calcula que aproximadamente 350 vagas serão abertas entre a administração (segurança, limpeza e auditoria) e o atendimento para os lojistas. Os outros

Adauto Cruz 19.10.00



A PAULISTA IVANIA SANTANA CONSEGUIU UMA VAGA DE COSTUREIRA NA CONFECÇÃO DA SUMMER SHOP E VAI RECEBER R\$ 315 POR MÊS



Estímulo à solidariedade

O Natal já começou em dois shoppings do Distrito Federal. O Alameda Center, em Taguatinga, e o Brasília Shopping estão recebendo seus clientes devidamente decorados. Até o dia 18 deste mês, todos os concorrentes estarão com suas campanhas publicitárias na rua. Neste ano, os shoppings estão transferindo para a publicidade os recursos que até o ano passado eram investidos em sorteios — proibidos este ano pelo Ministério da Fazenda. Sem o apelo da distribuição de carros, a maioria dos centros de compras tentam resgatar o verdadeiro espírito natalino: solidariedade.

O Brasília Shopping, que inaugurou sua decoração na quarta-feira passada e amanhã promove a chegada do Papai Noel, estimula doações de brinquedos para crianças carentes. O Brasília investiu R\$ 750 mil no Natal deste ano — R\$ 300 mil a mais do que no ano passado, informa o superintendente Eduardo Romeiro.

DECORAÇÃO CAPRICHADA

O tema deste ano é o Natal Musical Disney, com os personagens oficiais de Mickey e seus amigos. No Alameda, que aumentou em torno de 20% seu investimento em publicidade, a estimativa é que o Natal deste ano seja 16,5% mais lucrativo do que o do ano passado.

O ParkShopping, o Liberty

com a uma estimativa de faturar cerca de 20% a mais este ano. Uma campanha solidária — com o slogan "Natal com um milhão de amigos" terá início no dia 19 para arrecadar e doar brinquedos.

O Pátio Brasil substituiu os tradicionais sorteios por uma parceria com a Organização Não Governamental (ONG) Alfabetização Solidária. O shopping vai adotar alunos de 15 a 19 anos do município de Lage da Pedra, no Rio Grande do Norte. Estão sendo investidos R\$ 600 mil na campanha e decoração deste Natal, que será aberto neste domingo, com a chegada do Papai Noel.

A decoração do Pátio vai explorar a globalização, apresentando marcos característicos de 16 países (o palácio Taj Mahal, na Índia, por exemplo). Já o Liberty Mall, que inaugura o Natal no próximo dia 18, espera crescer as vendas em 15%. Serão doze árvores espalhadas pelo shopping, cada uma delas abordando temas como amor e paz. O novo Terraço Shopping está investindo R\$ 250 mil na decoração, que será inaugurada dia 18 — o Natal das Luzes.

O consumidor pode ter uma surpresa com o Conjunto Nacional. A diretoria do shopping ainda não perdeu a esperança de realizar um sorteio entre seus clientes este ano. "Estamos negociando, mas será tudo dentro da lei", diz o gerente de Marketing, João Marcos Mesquita. O Natal do CNB começa dia 14 de novembro. (FF)