

Decepção no comércio

Flávia Filipini
com agências

Quem reservou um dinheirinho para voltar às compras nos primeiros meses do ano pode se preparar para gastá-lo antes do previsto. O comércio do Distrito Federal será tomado por liquidações a partir do início de janeiro. Quem garante é o Sindicato do Comércio Varejista (Sindivarejista), que ontem, depois de passada a euforia natalina, pesquisou como realmente foram as vendas deste ano. O resultado foi desastroso: muita gente e poucas compras. Sobraram mercadorias, que serão liquidadas nos próximos dois meses.

“A saída para diminuir os prejuízos será antecipar a queima de estoque em 2001. Os meses de janeiro e fevereiro serão marcados por promoções. Essa é nossa sugestão aos lojistas”, disse o presidente do Sindivarejista, Wlanir Santana. Na véspera do Natal, a entidade estava prevendo um crescimento de 10% nas vendas em relação ao ano passado. Depois de pesquisar 120 lojas de shoppings e de entrequadradas, o Sindivarejista concluiu ontem que o aumento foi de apenas 1,37% se comparado com o Natal de 1999. Apesar do cenário econômico mais favorável este ano — com juros em queda e inflação controlada — o crescimento das vendas nos últimos dois anos foi bem mais significativo do que o atual: 5,5% em 1998 e 6% em 1999.

De acordo com a pesquisa, este ano foram as lojas de rua que mais cresceram. As vendas nesse comércio apresentaram aumento de 4,55%, contra uma queda — isso mesmo, queda — de 3,18% entre 1999 e 1998. Pesquisa da Associação Brasileira de Shoppings Centers (Abrasca) mostra número diferente, mas para todo o Brasil. Segundo a Abrasca, as vendas nos shoppings brasileiros este ano foram 19% mais altas do

Carlos Moura



MOVIMENTO INTENSO NOS SHOPPING CENTERS DA CIDADE NÃO SE TRADUZIU EM AUMENTO SIGNIFICATIVO NAS VENDAS

que as de 1999. Muitos lojistas locais, entretanto, ratificam o levantamento do sindicato.

Segundo um comerciante do segmento de vestuário, suas vendas até o dia 23 deste mês tinham apresentado queda de 20% em loja do Pátio Brasil e de 36% no Alameda Center. “Estou devolvendo R\$ 50 mil do estoque. Brasília não sobrevive sem reajuste salarial para os servidores públicos”, disse.

A falta de aumento salarial também é a explicação do Sindivarejista para a frustração das vendas este ano. Na avaliação de Santana, também contribuíram para a decepção o fato de o Governo do Distrito Federal ter atrasado o pagamento do 13º salário e a ausência de sorteios de carros nos shoppings da cidade. “Os sorteios estimulam o consumidor a gastar mais”. O valor médio de cada presente foi de R\$ 36, como foi previsto. A pesquisa tam-

bém concluiu que os consumidores destinaram 56% do seu 13º salário para pagar dívidas.

As compras no cartão de crédito foram responsáveis por 74% das vendas. Apenas 9% da população optou por pagar à vista e 17% usaram cheques pré-datados. Entre os segmentos pesquisados, as lojas de eletrodomésticos e celulares foram as que mais venderam nos shoppings, enquanto que nas entrequadradas as campeãs de venda foram as de moda feminina e móveis.

Para o vice-presidente da Câmara dos Diretores Lojistas (CDL), Wagner da Silveira, a pesquisa não está mostrando o verdadeiro cenário do comércio brasiliense. “Ainda é muito cedo. A maioria dos lojistas nem teve tempo de fechar seu balanço.” Ele acredita que “um ou outro” segmento realmente deve ter apresentado queda nas vendas, mas acredita que a média final deve ter ficado bem

acima do 1,3% constatado pelo Sindivarejista.

Em São Paulo, a Associação Comercial (ACSP) também registrou vendas abaixo do esperado. A ACSP alimentou uma expectativa de crescimento em torno de 10%, mas na ponta do lápis foi constatada elevação de apenas 5%. Lá, o volume de vendas a prazo também foi bem superior ao das transações à vista, sinalizando para um melhor resultado no segmento de eletroeletrônicos. “Este ano não foi, definitivamente, o Natal dos presentinhos”, disse o economista da ACSP, Emílio Alfieri. O valor médio do cheque na capital paulista foi de R\$ 50 e das compras parceladas de R\$ 350. Já quem estimou vender menos, teve uma surpresa positiva no final das contas. Foi o caso dos comerciantes de Curitiba. Eles previam que as vendas seriam 5% maiores, mas o índice deve atingir 12%.