

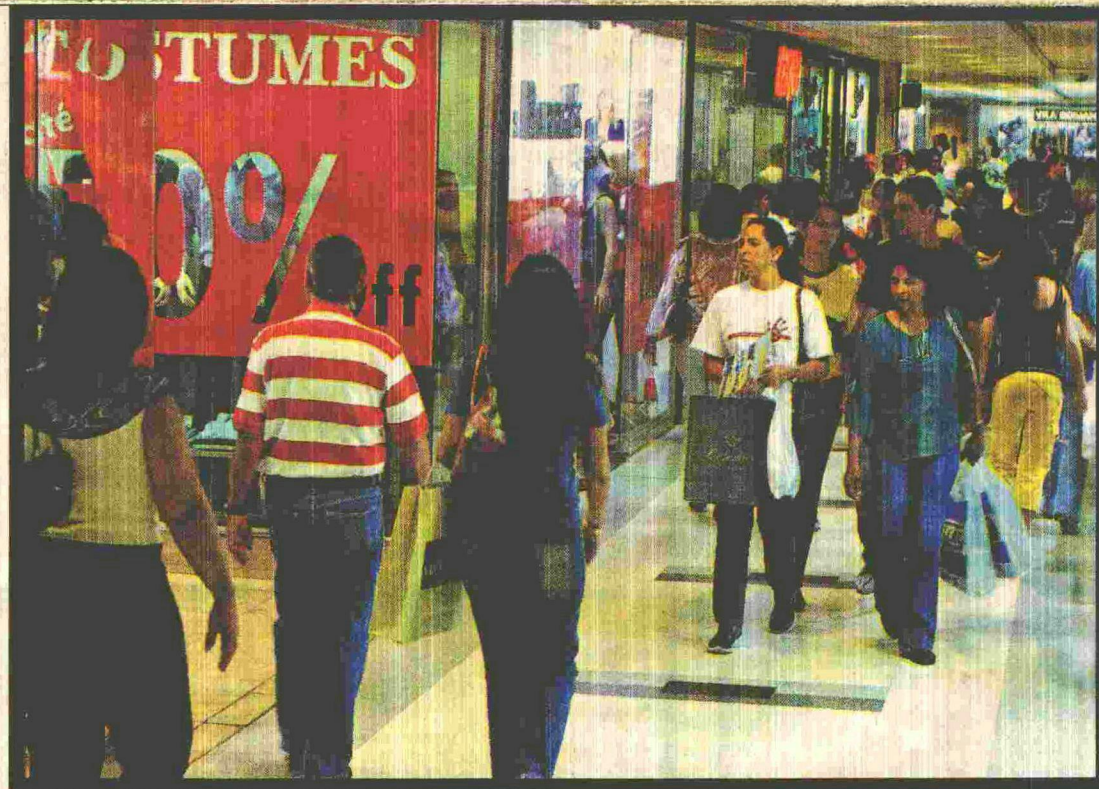
Vendas crescem 5,5% com o Dia dos Pais

A crise que atinge a Esplanada dos Ministérios não chegou ao comércio do Distrito Federal. Apesar de todo o alvoroço em torno da política, os brasilienses saíram às compras no Dia dos Pais e os lojistas contabilizam um aumento de 5,5% nas vendas em relação ao mesmo período do ano passado. O resultado superou as expectativas do próprio comércio, que previa um aumento em torno de 4,6%, segundo o Sindicato do Comércio Varejista do DF (Sindivarejista). O receio dos empresários agora é com relação ao desempenho das vendas de Natal. "A partir de setembro começam as encomendas de fim de ano, se não tivermos uma solução nos próximos 40 dias, a crise vai chegar ao varejo e afetar as vendas de Natal", teme o presidente do sindicato, Antonio Augusto de Moraes.

O resultado brasiliense foi melhor que o verificado no comércio paulista. Segundo da-

dos da Associação Comercial de São Paulo (ACSP), as vendas aumentaram em torno de 4,6% e foram puxadas principalmente pelas compras a prazo, como ocorreu em Brasília, de acordo com Moraes. A grande demanda por celulares e aparelhos eletrônicos foi responsável por elevar as vendas na capital federal. Em seguida vieram as confecções, perfumes e calçados. O levantamento feito pelo Sindivarejista mostra que os filhos gastaram mais neste ano. O gasto médio foi de R\$ 62, contra R\$ 58 do ano passado.

Temendo um resultado fraco nas vendas, alguns shoppings ampliaram seus horários de funcionamento e aumentaram o investimento nas campanhas publicitárias. O Pátio Brasil, em iniciativa inédita, ficou aberto por 24 horas — das 10h de sábado às 10h de domingo — e conseguiu com isso bater recorde de público, com mil pessoas ao longo do



dia. Segundo a administração do shopping, as vendas dobraram no período. Pela primeira vez em seus cinco anos de existência, o Taguatinga Shopping ficou aberto até a meia-noite. Por três dias o centro comercial estendeu seu horário de funcionamento atraindo 20% a mais de pessoas

do que o público alcançado no mesmo período de anos anteriores. "Diante do bom resultado, pretendemos repetir a dose e ampliar o horário de funcionamento na véspera de outras datas comemorativas, como por exemplo no Natal", planeja a superintendente Eliza Ferreira.

As liquidações foram a grande atração da última semana. Nos shoppings, as lojas estavam em suas vitrines descontos de até 70% atraindo os consumidores. Uma pesquisa feita pela Federação do Comércio do DF mostrou que 85% dos lojistas usaram como estraté-

Paulo H. Carvalho/CB/13.8.05

O MOVIMENTO DE COMPRAS NA VÉSPERA DO DIA DOS PAIS FOI GRANDE E SURPREENDEU OS LOJISTAS DO DF

gia para garantir as vendas os descontos e prazos maiores para pagamento.

São Paulo

A alta nas vendas em São Paulo foi inferior ao crescimento médio das negociações verificadas nos primeiros meses de 2005. De acordo com o levantamento da Associação Comercial da cidade, as consultas ao Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC), que indicam as negociações a prazo, aumentaram 6%, enquanto as consultas ao Usecheque, que apontam as vendas à vista, apresentaram alta de 3,2%. "O SCPC ainda se mantém na média, mas percebemos que o cheque está mais fraco em relação aos meses anteriores. Isso já demonstra uma queda no ritmo das vendas", avaliou, em comunicado à imprensa, o presidente da Associação Comercial de São Paulo, Guilherme Afif Domingos. (MF)