

ECONOMIA / TEMA DO DIA

# Lojistas do DF ASSUSTADOS

Volatilidade do mercado impede comerciantes de prever aumento das vendas no Natal

LETÍCIA NOBRE

DA EQUIPE DO CORREIO

**O**vai-e-vem dos mercados assusta os lojistas e, por isso, o setor revê suas projeções para o faturamento do Natal. Uma pesquisa feita pelo Instituto Fecomércio aponta que 44,1% esperam manter as vendas iguais à do ano passado e 22,8% acreditam em vendas menores. Entre os 33,1% dos mais otimistas a alta deve ser de 1,57% — considerando que os shoppings estimam faturar 7,57% mais e os comerciantes de rua, 1,1%.

"Essa pesquisa reflete o subjetivo, o que o lojista acha. E eles são muito céticos", pontua Mauro Machado, diretor da Fecomércio. Ele acredita que no levantamento que será feito depois do Natal, o percentual de crescimento será de 2%. "Tenho a sensação de que foram mais realistas e, por isso, menos otimistas que em anos anteriores", afirma.

Para atrair o consumidor, 44,6% vão investir em estratégias como publicidade, promoções, descontos e prazos de pagamento. Os estoque foram ampliados por 37% dos 114 empresários entrevistados: enquanto nos shoppings o reforço em mercadorias foi de 60%, nas ruas representa 34%. Mauro avalia que o efeito negativo no crédito pode fazer a diferença nas vendas. "O crédito foi afetado e isso de fato reflete nas vendas. Tradicionalmente, o brasileiro é um povo que se endivida."

**Expectativa**  
O mesmo levantamento mostra que o comércio deve fechar o ano estável para a maioria dos entrevistados, 53,1%; crescerá para 35,9%; e terminará com desempenho negativo para 11,1%. Mauro analisa a atitude como um indício de como será o início do próximo ano.

"Cautela é a principal palavra para o início do próximo ano. Estamos na ponta e vai demorar pelo menos dois meses para os reflexos chegarem ao consumidor e a nós", diz o diretor da Fecomércio. "Os empresários estão aguardando, adiando investimentos, reduzindo contratações temporárias. Sugiro aos comerciantes que o que for de crescimento real e positivo estenda o aproveitamento para os primeiros meses de 2009", conclui.

Hiram Vargas/Esp. CB/D.A Press



PARA ATRAIR CONSUMIDORES, LOJAS VÃO INVESTIR EM ENFEITES, DESCONTOS E EM PRAZOS DE PAGAMENTO