

# Compras no exterior, prejuízo local

Aquecimento da economia e aumento da renda impulsionam as compras dos brasileiros no exterior e frustram a expectativa de vendas no DF. O jeito é apostar em promoções

» DIEGO AMORIM

O comércio local nunca sentiu tanto a concorrência com as compras no exterior. A empolgação dos brasileiros pelos outlets estrangeiros tem derrubado o faturamento dos lojistas, minado as expectativas de vendas e até frustrado negócios por aqui. O tema virou motivo de preocupação entre superintendentes de shoppings da cidade e representantes do setor, que, no fim do ano passado, se reuniram para tentar encontrar soluções. Sem chances de competir com os preços significativamente menores praticados lá fora, comerciantes apostam nas liquidações constantes como forma de segurar os clientes.

A ordem para facilitar a liberação dos vistos americanos deve levar ainda mais brasileiros a voltarem das férias com malas abarrotadas. No ano passado, 384.392 passageiros embarcaram em voos internacionais na capital do país, um aumento de 90,5% ante 2010 (veja quadro). Segundo as principais operadoras de turismo, os moradores do DF chegam a sair do Brasil três vezes por ano. A população com a maior renda per capita do país — R\$ 50.438 anuais, quase o triplo da média nacional — descobriu, no exterior, as vantagens da valorização do real e do peso na carga tributária brasileira.

Em discurso unânime, os empresários locais atribuem aos impostos a imensa diferença de preços. Em janeiro, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do DF (Fecomércio-DF) divulgou a previsão de crescimento do setor para este ano. O percentual despencou mais de três vezes na comparação com 2010 e pôs à prova a blindagem do varejo local, acostumado a lucros robustos. Não há como mensurar a influência das viagens internacionais no resultado, mas os comerciantes acreditam que elas tiveram contribuição decisiva no recuo observado.

## Impacto

Os segmentos mais atingidos pela concorrência gringa são o de vestuário, calçados, perfumes e eletrônicos. Para o presidente da Fecomércio-DF, Adelmir Santana, o impacto das compras no exterior é maior no comércio de Brasília justamente pelo poder aquisitivo da população. “Quem viaja mais é naturalmente a classe que consome mais. Quem tem condições de sair do país já percebeu que vale a pena encher as malas”, comenta. Em 2011, os gastos dos brasileiros no exterior bateram recorde, segundo o Banco Central, atingindo R\$ 37,3 bilhões, 28% a mais do que em 2010.

A disputa com o comércio estrangeiro alterou o calendário de

## Ponta de estoque

Termo usado para descrever lojas ponta de estoque, cuja estratégia é vender volumes elevados de mercadoria com uma margem de lucro menor. São geralmente grandes shoppings a céu aberto. Neste semestre, será inaugurado um outlet em Alexânia (GO), a 100km de Brasília. Serão 60 lojas de marcas nacionais e internacionais, com promessas de até 80% de desconto.

## Novo mutirão

De olho nos US\$ 7,5 bilhões que os brasileiros devem gastar nos EUA este ano, o presidente americano Barack Obama ordenou mais agilidade na concessão de vistos. Ontem, a Embaixada dos Estados Unidos em Brasília realizou novo mutirão para atender brasileiros que querem viajar ao país. Ao todo, 1.150 pessoas fizeram a entrevista. Esse é o segundo mutirão do ano. O primeiro foi realizado em 21 de janeiro.

## Direto

Em voos comerciais oferecidos por oito companhias, os passageiros podem sair de Brasília direto para seis cidades estrangeiras: Lisboa, em Portugal; Atlanta e Miami, nos Estados Unidos; Lima, no Peru; Montevideú, no Uruguai; e Cidade do Panamá, no Panamá.

liquidações na cidade. As ofertas ainda se concentram de maneira mais intensa em determinados períodos — como nos meses de janeiro e fevereiro —, mas queimas de estoque já podem ser encontradas ao longo do ano. A estratégia, reconhece Santana, pretende conter a fuga dos consumidores brasileiros. “Como a gente não pode reduzir a carga tributária, temos que criar alternativas. Quando a diferença de preço diminui, conseguimos convencer mais clientes a comprar aqui”, argumenta.

Na QI 5 do Lago Sul, considerada a Oscar Freire do DF, vitrines anunciam promoções. “Hoje, as pessoas têm o mundo aos pés e essa facilidade afeta o nosso trabalho”, diz Lia Socha, dona de uma loja de grife na badalada comercial. Há menos de dois meses, uma empresária da moda decidiu encerrar as atividades no Gilberto Salomão. “Minha maior concorrente era Miami”, justifica ela. “Quando o Obama aparece na tevê incentivando as viagens, isso provoca receio entre lojistas e ameaça a manutenção dos negócios”, completa o superintendente dos shoppings do Grupo Paulo Octavio, Edmar Barros.

Às vésperas do casamento, o

Fotos: Monique Renne/CB/D.A Press



Luís Fernando e Keile, que aguardam a chegada da primeira filha, fizeram o enxoval do bebê nos Estados Unidos: “A diferença de preço choca”

servidor Luís Fernando da Silveira, 35 anos, e a médica Keile Cristina, 32, saíram do Brasil pela primeira vez e se esbaldaram nos outlets da Flórida. Ele encheu as malas de roupas e tênis. Ela comprou o vestido de noiva. No ano passado, assim que soube da gravidez, o casal se apressou em planejar a segunda ida aos Estados Unidos, para comprar o enxoval do bebê, com nascimento previsto para maio. “Fizemos um trato de não comprar mais nada em Brasília. A diferença de preço choca”, conta Luís Fernando. O plano deles é viajar, pelo menos, a cada dois anos.

## Incentivo

O presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas do DF (CDL-DF), Geraldo Araújo, acredita que incentivar o consumidor a gastar na cidade, algo que é natural, virou um desafio para o setor. “Com o abismo entre os preços praticados, compensa mesmo comprar fora. E não temos muito o que fazer”, afirma. Se os brasileiros estão torrando dinheiro no exterior, presume Araújo, estão deixando de consumir na cidade. “O comércio varejista local tem recuado, é visível. Sem dúvida, a concorrência com as compras internacionais ajuda a explicar o cenário atual”, completa.

Proprietário de uma rede de calçados, o presidente do Sindicato do Comércio Varejista do DF (Sindivarejista-DF), Antônio Augusto de Moraes, também associa o desaquecimento nas vendas ao aumento das viagens ao exterior. “É só acompanhar desembarques de voos internacionais e ver todo mundo de tênis novo”, comenta ele, que teme o fenômeno dos sacoleiros (Leia Para saber mais). Após constatar prejuízos com produtos importados encaçados no estoque, Moraes resolveu abrir, há três anos, uma loja no formato outlet: atualmente, é a mais rentável da rede.

## » Personagem da notícia



Anderson decidiu investir no conserto de bagagens: mercado promissor

## O rei das malas

Bendito o dia em que Anderson Lima Sales, 30 anos, teve a ideia de usar o apertado espaço do subsolo de um prédio na comercial da 406 Sul para montar o próprio negócio. Ele resolveu criar uma espécie de conserto tudo, mas os viajantes brasileiros mostraram a ele que cuidar das malas seria a melhor investida.

Somente este ano, até a tarde da última sexta-feira, a equipe dele havia consertado 722 bagagens. “As pessoas estão viajando muito. Aí compram muito, colocam tanta coisa dentro, que não tem mala boa que aguentar”, comenta Sales, que precisou contratar cinco pessoas para dar conta do trabalho — e ainda há vagas abertas. São tantas malas que é difícil caminhar pela loja. Para atender à demanda crescente, o serviço funciona de segunda a sábado, até tarde da noite. (DA)

## » Memória

### Lucro fora da realidade

Em maio do ano passado, o Correio mostrou como a escalada dos preços em Brasília fez com que produtos e serviços oferecidos na capital do país passassem a custar mais do que nas cidades mais caras do mundo, quando se faz a conversão da moeda. Empresários culpam o sistema tributário brasileiro, mas especialistas alertaram para o fato de que, diante do bom momento da economia e do alto poder aquisitivo da população, muitos aproveitam para aplicar margens de lucro fora da realidade. Em novembro de 2010, o Correio também relatou a fissura de brasileiros pelas compras de enxovais no exterior, principalmente nos Estados Unidos. (DA)

## » Para saber mais

### Limitação prevista em lei

Os turistas não podem trazer o que bem entendem do exterior. Produtos novos entram na cota pessoal de isenção, limitada a US\$ 500 por passageiro, conforme as regras da Receita Federal. Compras em valores superiores precisam ser declaradas na Alfândega. Sem a necessidade de pagar imposto, cada viajante pode trazer 12 litros de bebidas alcoólicas, 10 maços de cigarros, 25 charutos ou cigarrilhas e 250 gramas de fumo. Outras mercadorias não citadas estão limitadas a 20 unidades — desde que não mais de 10 idênticas, para itens com valor inferior a US\$ 10, e não mais que três idênticas, para produtos acima desse custo. (DA)

## » Palavra de especialista

### Desafio para brasileiros

“A concorrência com os produtos importados se apresenta como desafio no país inteiro. Abordam o assunto exaustivamente relacionado à balança comercial, mas na perspectiva do comércio, ele é praticamente negligenciado pelos analistas econômicos. O problema, no entanto, existe e, em Brasília, a situação é ainda mais grave. Com poder

aquisitivo alto e possibilidade de passar as férias no exterior, o brasileiro já aprendeu que pode sair do país com a mala vazia, voltar com ela cheia e, assim, acabar economizando. As compras internacionais mudaram o hábito das pessoas. Do ponto de vista do consumidor, a consequência disso no varejo local pode ser positiva, uma vez que tem forçado os lojistas a reduzirem as margens de lucro.” (DA)

Alexandre Ayres, consultor de varejo