



Número de consumidores que procuraram lojas de rua para compras também aumentou no sábado

154

Comércio teve 1.º fim de semana de Natal

Vendas cresceram cerca de 5%; maioria usou parcela do 13.º para pagar dívidas

VERA DANTAS

O clima de Natal começou a chegar ao comércio no último fim de semana. O movimento nos shoppings foi um pouco maior em relação ao sábado e domingo anteriores e as vendas em média cresceram no período em torno de 5%. "É um resultado ainda modesto, porque a maior parte da primeira parcela do 13.º foi para pagar dívidas", diz o presidente da Associação dos Lojistas de Shopping (Alshop), Nabil Shayoun.

O varejo popular de rua também apresentou melhora nas vendas. Na rede Kself, de moda jovem, por exemplo, o desempenho da loja da Rua 24 de Maio, no centro, foi tão bom quanto o das lojas de shopping, segundo o supervisor da rede, Aguinaldo Leite da Silva. "O resultado foi cerca de 10% superior ao sábado anterior."

O crediário, pelo segundo mês consecutivo, com a queda dos juros e a diliação dos prazos, puxou as vendas em novembro. As consultas ao Serviço Central de Proteção ao Crédito

dito (SCPC) em novembro cresceram 4% na comparação com novembro de 2002. Já o desempenho da venda à vista foi fraco. As consultas ao Usecheque caíram 0,3% no mês passado, ante igual período em 2002. "Com uma queda de renda de 8%, segundo o Dieese, fica difícil para o consumidor comprar à vista", diz o economista Emílio Alfieri, da Associação Commercial. Na média, observa, os dois indicadores apontam crescimento em torno de 2% em novembro, o que indica uma perspectiva melhor para dezembro.

"É preciso que o comércio continue a realizar promoções, alargando os prazos do crediário, pois as vendas dependem basicamente do crédito, uma vez que a renda do consumidor se acha muito achatada", diz o presidente da entidade, Guilherme Afif Domingos.

Na Lojas Cem, onde 90% das vendas são a prazo, o faturamento cresceu 12% em novembro, comparado com o mesmo mês em 2002. No fim de semana o resultado ficou 10% acima do anterior. "O consumidor está começando a pesquisar pre-

ços e comprar", diz o diretor da Cem, Valdemir Colleoni. "A maior procura é por celulares e aparelhos de tevê e som."

A preocupação do consumidor de evitar compras para quitar débitos elevou em 14,6% o acerto de carnês em atraso em novembro. A inadimplência, em São Paulo, ficou estável com variação de 0,9% ante novembro de 2002. "Estamos com os melhores resultados de inadimplência dos últimos anos porque o consumo está fraco", diz Alfieri.

NÚMERO DE TRANSAÇÕES COM CARTÃO SUPERA 1 BI

Cartões – O faturamento das empresas de cartões de crédito deverá chegar a R\$ 82,7 bilhões em 2003, uma elevação de 19,4% sobre a movimentação de 2002. O número de transações deverá superar pela primeira vez na história a marca de 1 bilhão. De acordo com a Credicard, que mensalmente pesquisa os números do mercado, a variação desse ano ficou acima das expectativas, pois as previsões iniciais consideravam um porcentual inferior a 19%. No ano passado, as empresas do setor cresceram 18,3% sobre 2001. (Colaborou Márcia Furlan)