



Otimismo Comércio espera maiores vendas no Natal, mas famílias vão gastar menos

CONSUMO. Para as lojas de brinquedos e de roupa, o Natal pode valer 30% das vendas de todo o ano. Mas as famílias, apesar de todo o otimismo, dizem que vão gastar apenas 338 euros nas compras, menos do que no ano passado.

P. 8-9





Destaque

Comércio acredita que este “vai ser um bom Natal”

—ILÍDIA PINTO
ilidia.pinto@dinheirovivo.pt

Fim de semana prolongado, o primeiro com o subsídio de Natal já na carteira dos portugueses – tudo se conjuga para que dezembro arranque com boas notícias para os comerciantes. Até porque metade das famílias deixa as compras de Natal para este mês. O comércio, mais confiante depois de anos de crise e do apertar do cinto da *troika*, antecipa um “aumento considerável” das vendas; mas as famílias portuguesas, “as mais otimistas da Europa”, planeiam gastar este ano menos 21 euros do que o ano passado e ficar-se pelos 338 euros em prendas e compras, de acordo com um estudo da consultora Deloitte. Planeiam, porque na prática, diz a experiência de outros anos, gastam sempre mais.

“Este fim de semana, com a inauguração das iluminações nas ruas das principais cidades, é o arranque oficial da época de Natal para o comércio. Sabemos, por experiência, que metade dos consumidores faz as suas compras nos primeiros dois fins de semana de dezembro. A outra metade deixa-as para os últimos dias. Acredito que vai este ser um bom Natal para o comércio”, diz Carla Salsinha, presidente da União de Associações de Comércio e Serviços. Ainda é cedo para fazer estimativas – lá para dia 10, será feito um inquérito aos associados para avaliar a evolução dos negócios –, mas as expectativas são elevadas, tendo em conta a retoma económica, a redução do desemprego e o crescente fluxo de turistas estrangeiros, que aproveitam a paz e o sol para passear e fazer as suas compras a preços ainda bem atrativos.

Os retalhistas esperam “aumentos consideráveis nas vendas”, na ordem dos 15% a 20%, assume Nuno Camilo, presidente da Associação dos Comerciantes do Porto. O aumento do rendimento disponível das famílias e a chegada tardia do frio darão também uma ajuda às caixas registadoras das lojas.

“Outubro e novembro foram meses estranhos, por causa do tempo, e que penalizaram muito os setores do vestuário e do calçado. Com temperaturas amenas, ninguém quis comprar roupas de inverno. Agora, com a chegada do frio e do subsídio de Natal, credi-

tamos que há aqui uma boa janela de oportunidade para as empresas conseguirem reduzir os seus stocks e realizarem algum capital”, explica. Há que ter em conta que, para setores como o dos brinquedos ou do vestuário e calçado, a época de Natal e de Ano Novo pode representar qualquer coisa como 30% das vendas de todo o ano.

Os portugueses é que, nas contas do *Estudo de Natal* de Deloitte, não pretendem gastar mais, este ano, embora reconheçam que as promoções e o aumento do rendimento disponível são os “fatores que mais incentivam à despesa”. O orçamento elaborado para as festividades fica-se pelos 338 euros, 21 a menos do que o ano passado. Bem menos que os 620 euros que as famílias portuguesas admitiam gastar nas compras natalícias em 2009, no início da crise financeira; mesmo assim, acima dos 270 euros que pretendiam gastar em 2014, ainda na ressaca do “enorme aumento de impostos” decretado por Vitor Gaspar.

A explicação para o apertar dos cordões à bolsa está na mudança de hábitos de consumo nos anos de crise e que, pelos vistos, veio para ficar, diz Pedro Miguel Silva, *associado partner* de Retail & Consumer Products da Deloitte. “O que notamos nestes últimos dois anos é que o crescimento do otimismo das famílias não foi, totalmente, acompanhado de igual aumento no consumo, o que nos faz crer que as alterações nos hábitos de consumo foram muito mais estruturais do que conjunturais, com os portugueses a tornarem-se mais frugais, ponderados e conservadores na forma como gerem o seu orçamento familiar, independentemente do otimismo com que olham o futuro”.

Curiosamente, o estudo da Deloitte mostra que Portugal é, entre os dez países analisados, “o mais otimista”. O que não será alheio ao facto de sermos também “o único país que sente que o seu poder de compra evoluiu favoravelmente face ao ano passado”.

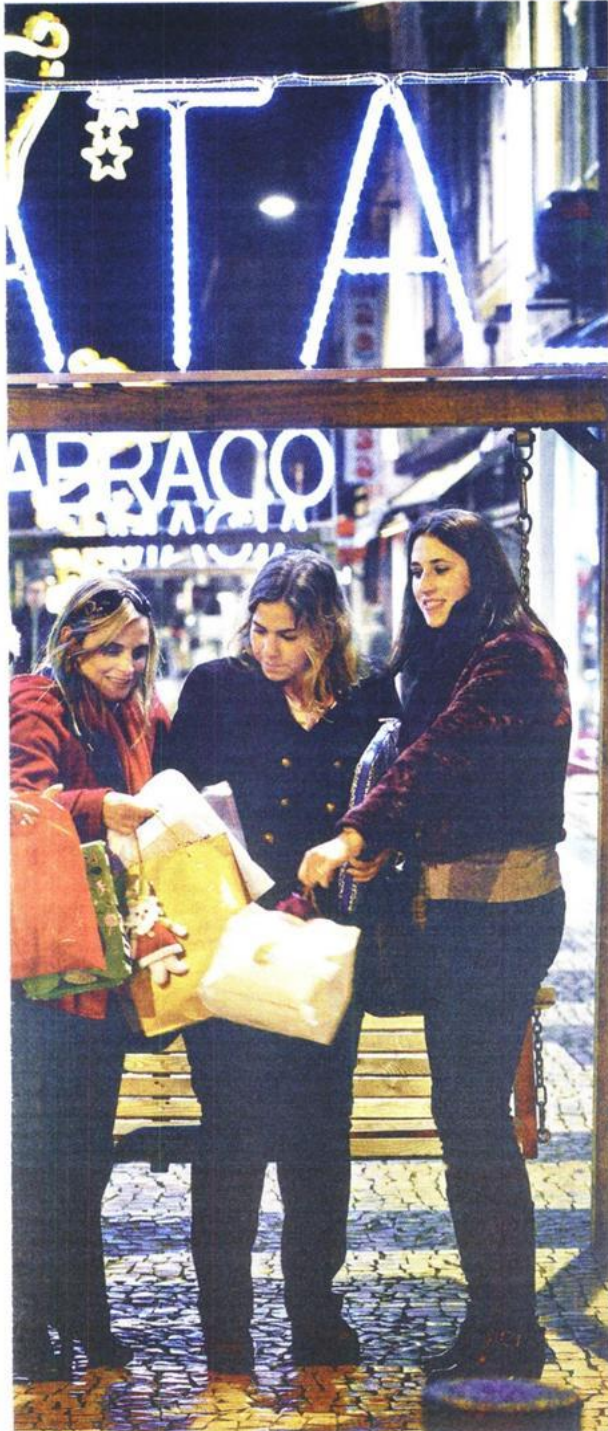
A experiência da Defesa do Consumidor não é essa. A Deco alerta mesmo para a necessidade de um “planeamento cuidadoso” dos gastos na época festiva. E tem razões de peso para isso: em janeiro, aumentaram os pedidos de ajuda no Gabinete de Apoio ao Sobre-endividado



Metade dos portugueses deixa as compras de Natal para o mês de dezembro.

FOTO: PEDRO GRANADEIRO/DI

Para as lojas de brinquedos e de roupa, o Natal pode valer 30% das vendas de todo o ano. Mas as famílias, apesar de todo o otimismo, dizem que vão gastar apenas 338 euros nas compras, menos do que em 2016



do, em grande parte, garante, devido ao "endividamento registado na quadra de Natal". O "incentivo generalizado" de recurso ao crédito exige "cuidados acrescidos por parte de todos os consumidores", defende a Deco, que sugere que se evitem as compras de última hora e por impulso e que se faça um planeamento antecipado do número de prendas a comprar e do valor a gastar em cada uma delas.

Além de propor que use parte do subsídio de Natal para poupança, investindo num depósito a prazo, na subscrição de um seguro de capitalização a médio prazo ou num fundo de investimento para o futuro, sugere, ainda, que se façam as compras *online*, "comportamento que permite uma comparação de preços e opções mais cuidada, evita gastos com deslocações e [promove] uma tomada de decisão mais ponderada".

A verdade é que 9 em cada 10 portugueses, segundo o estudo da Deloitte, continuam a preferir as lojas físicas para fazerem as suas compras. "Portugal permanece mais conservador na utilização do comércio eletrónico do que a generalidade dos países europeus, revelando uma menor adesão e persistência à utilização deste canal."

Quanto ao tipo de comércio, o estudo da Deloitte (que compara a situação de dez países na Europa), mostra que europeus fazem as suas compras de Natal preferencialmente em cadeias de retalho especializado ou em lojas de rua, enquanto os portugueses continuam a preferir os centros comerciais e os super e hipermercados para alimentos e bebidas.

A época de Natal é "importante" para as contas do comércio, reconhece a diretora-geral da Associação Portuguesa das Empresas de Distribuição (APED), que prevê um aumento das vendas. "Acreditamos que os gastos das famílias refletem o clima de confiança que o consumo tem vindo a registar", diz Ana Isabel Trigo Morais. "Os comerciantes estão atentos às exigências dos consumidores para esta época do ano, de forma a apresentar as ofertas mais adequadas, quer para o retalho alimentar quer para o não alimentar". Eletrodomésticos, TV, *gadgets*, *smartphones* e, claro, muitos brinquedos prometem encher o sapatinho neste Natal.

Deco Três conselhos para cortar nos gastos

—Oportunidades

Aproveite as promoções e verifique se o preço compensa, diz a Deco, que sugere a escolha dos *outlets* para conseguir preços mais baixos, a compra *online* ou as lojas de artigos usados, procurando oportunidades e prolongando o ciclo de vida dos produtos.

—Vouchers

Aos jovens, a associação de defesa do consumidor sugere que ofereçam um pacote de explicações ou de aulas de música para os mais novos. Podem oferecer o seu apoio à família para tomar conta das crianças.

—Poupança

Estabeleça o sistema de "amigo secreto" no seio da família ou ofereça um presente para toda a família e que todos possam partilhar um filme ou um jogo coletivo para os mais novos.

Ceia de Natal. Vai cozinhar ou encomendar fora?

Primeiro os presentes de Natal: dos 338 euros que os portugueses esperam gastar, 179 euros são para comprar lembranças às crianças, familiares e amigos; para eventos sociais, como os jantares de Natal com amigos ou colegas de trabalho, estão planeados apenas 44 euros. Um valor que fica bem longe dos 115 euros que se espera gastar em alimentos e bebidas para as refeições desta época festiva. Bacalhau, bebidas alcoólicas, bolachas, carnes típicas da época (como o cabrito), chocolates, frutos secos e os perfumes "ganham mais importância" nesta época, garante a Nielsen. "Natal é sinónimo de aumento de consumo", embora, em 2016, quase metade das vendas de bens de grande consumo tivessem sido feitas nas promoções. No poupar é que está o ganho. A esmagadora maioria das famílias ainda prefere fazer a ceia de Natal e de Ano Novo em casa, mas a verdade é que há cada vez menos tempo disponível para estar na cozinha. Atentas aos novos hábitos de consumo, as principais cadeias de retalho alimentar em Portugal apostam, cada vez mais, em soluções de conveniência, fornecendo *take away* de pratos previamente confeccionados, expressamente para esta época. É o caso da Jerónimo Martins. A encomenda pode ser feita nas lojas, *online* ou por telefone e o levantamento posterior numa das 400 lojas Pingo Doce. Há um catálogo específico para a época natalícia, que inclui sopas variadas, pratos de carne e peixe tradicionais e, claro, as sobremesas. O grupo de Soares dos Santos dispõe de três cozinhas centrais, uma em Lisboa e duas a Norte, onde todas as refeições são criadas e onde trabalham, diariamente, mais de 250 pessoas. Estruturas que João Freitas, diretor de Meal Solutions Department, garante manterem uma confeitaria "muito tradicional". Para saborear um Natal em família... sem gastar no tempo.

7000

—milhões de euros

Entre levantamentos e pagamentos no multibanco, foi quanto gastaram os portugueses no Natal de 2016. Um aumento de 7,8%.

8,4

—milhões de operações

23 de dezembro foi o dia com mais transações: 8,4 milhões. Mais 8,8% do que no mesmo dia em 2015.

338

—euros

É quanto as famílias pretendem gastar este Natal. O orçamento é sempre ultrapassado.