LULA E AS LEIS As consequências do mau exemplo de um presidente em conflito com a legalidade

CÂNCER VEJA foi ver como vivem os doentes aceitos nos EUA como cobaias de tratamentos ainda não aprovados

Abril

Editora ABRIL
edição 2174 - ano 43 - nº 29
21 de julho de 2010

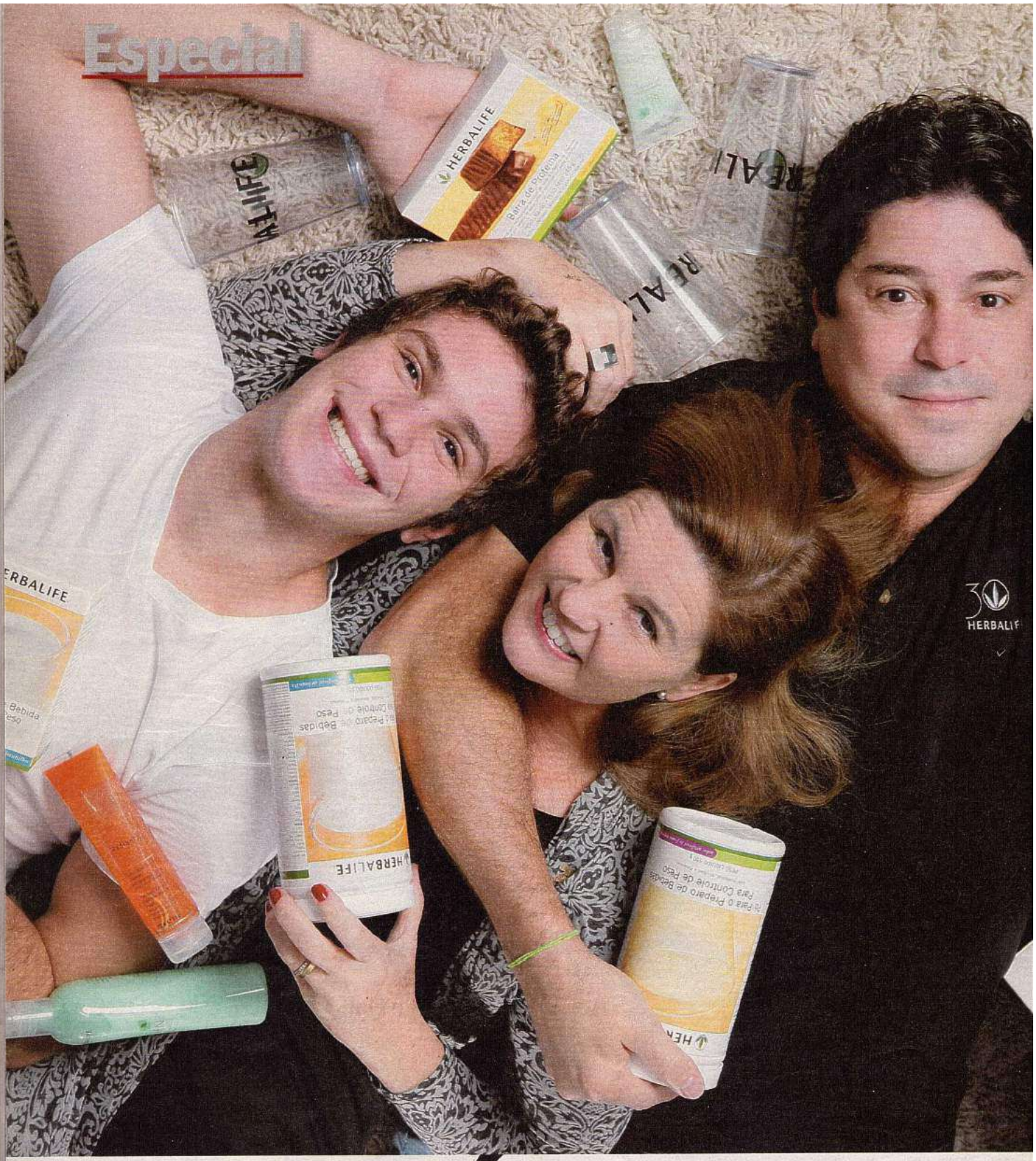
veja

www.veja.com

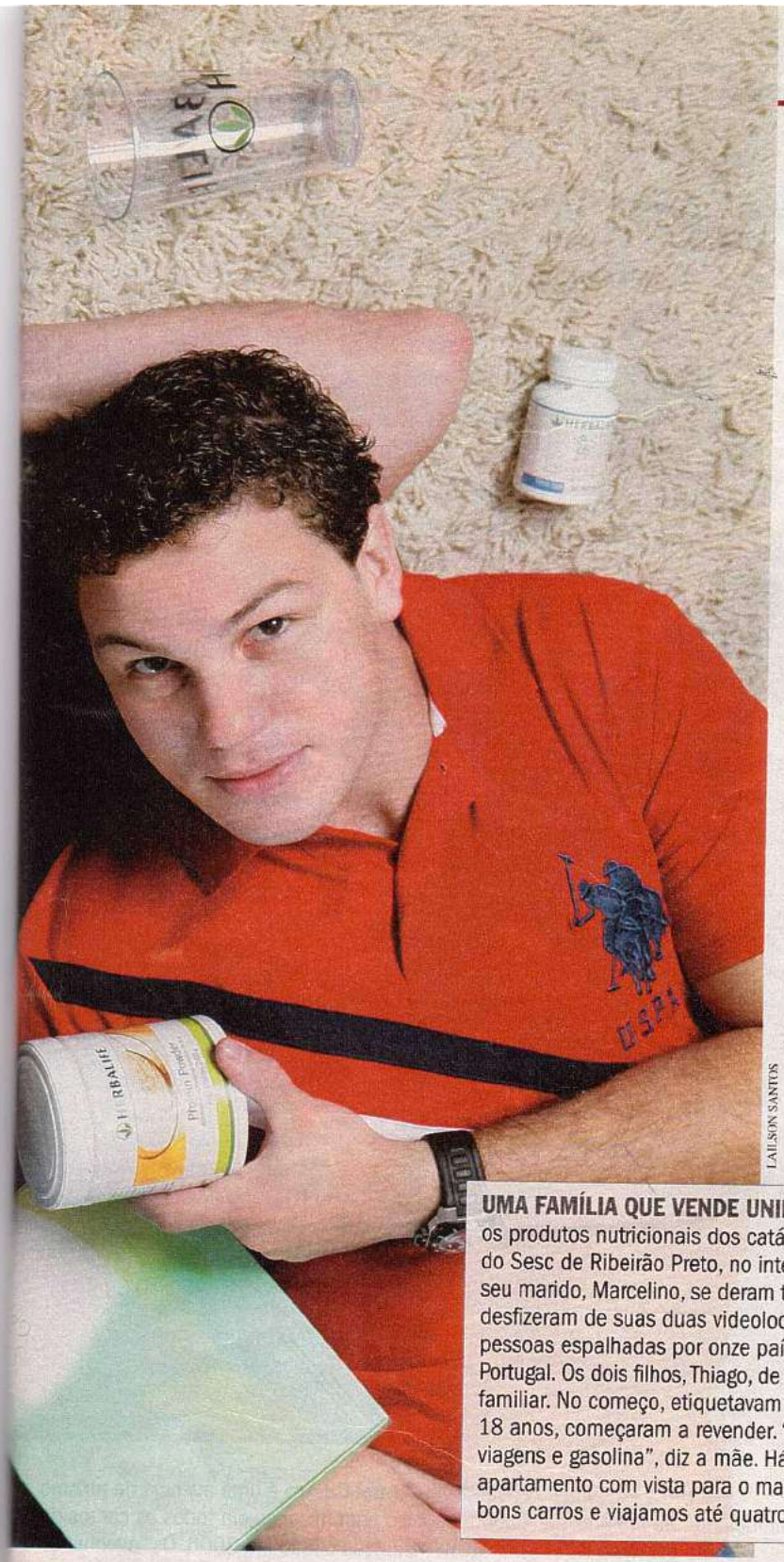
MAS NEM UMA PALMADINHA?

Vai ser lei, mas a educação e a felicidade deles ainda dependem do pulso dos pais

R$ 8,90
ISSN 0100-7122



O EXÉRCITO



LAILSON SANTOS

O velho "porta a porta", hoje chamado de venda direta, emprega 2,5 milhões de brasileiros — e, para milhares deles, é um atalho para a ascensão social

BRUNO MEIER

Há nove anos, o baiano Guilherme Pólvora teve de deixar de vender peixe nas feiras de São Paulo, como fazia havia mais de duas décadas: a concorrência com os supermercados fora se tornando tão dura que ele não mais ganhava com seu trabalho — só perdia. O ex-feirante, porém, virou a seu favor essa situação adversa. Aproveitando a lábia cultivada em anos de pregão nas ruas, partiu para o segmento de vendas diretas, primeiro oferecendo carnês e, depois, cosméticos. Foi nesse último filão que ele se encontrou. Hoje, Pólvora emprega trinta profissionais, que o auxiliam na revenda de produtos de quatro empresas — e recolhe para si cerca de 15 000 reais por mês. O paulistano Daniel Castro não foi premido pela necessidade, como Pólvora. Mas chegou a um resultado similar. Em 2009, trocou a segurança do expediente em uma empresa de energia elétrica, onde trabalhara por dez anos, por uma aposta aparentemente incerta: foi fechar pacotes de viagem em uma agência de turismo que

UMA FAMÍLIA QUE VENDE UNIDA Quando **Valdete Cristóvão** começou a revender os produtos nutricionais dos catálogos da Herbalife, era professora de educação física do Sesc de Ribeirão Preto, no interior paulista – e "ganhava uma ninharia". Valdete e seu marido, Marcelino, se deram tão bem com as vendas diretas que, há doze anos, se desfizeram de suas duas videolocadoras. Mantêm uma rede de negócios de 1 200 pessoas espalhadas por onze países, entre os quais Japão, França, Estados Unidos e Portugal. Os dois filhos, Thiago, de 23 anos, e Thales, de 20, contribuem para a atividade familiar. No começo, etiquetavam produtos ou anotavam pedidos. Ao completarem 18 anos, começaram a revender. "Não paga a faculdade, mas é um bom dinheiro para viagens e gasolina", diz a mãe. Há algum tempo, os Cristóvão se mudaram para um apartamento com vista para o mar no Guarujá. "Moramos num lugar privilegiado, temos bons carros e viajamos até quatro vezes por ano para o exterior", gaba-se Valdete.

DAS VENDAS

opera com vendas diretas. Descobriu um talento insuspeito para abordar potenciais clientes e persuadi-los. Fatura em média 13 000 reais mensais, mais de quatro vezes o antigo salário. Em março, um mês de grande movimento, bateu um recorde na empresa, atingindo 35 000 reais.

Atividade quase tão antiga quanto a própria humanidade, a venda direta — ou de porta em porta, como era chamada — resiste até às mais profundas transformações sociais e econômicas. As cidades hoje proporcionam infinitas oportunidades de consumo, e a internet se converteu em um poderoso motor de negócios. Mas, conforme indicam os números, essas facilidades em nada diminuem o apelo do vendedor que vai até o freguês, demonstra-lhe as supostas virtudes de seu produto e propicia-lhe, ainda, uns tantos minutos de atenção exclusiva e bate-papo. "O brasileiro é muito sociável, e aprecia esse contato pessoal no ato da compra", diz Paulo Quaglia, da Avon e também presidente da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD).

Nem todas as histórias de indivíduos que se aventuram nesse segmento resultam tão róseas quanto as de Pólvora e Castro. Mas muitas, sim, evoluem para a satisfação. Hoje, segundo a ABEVD, há no país 2,5 milhões de revendedores, e o setor passa por um crescimento explosivo. No ano passado, esse exército vendeu 1,7 bilhão de itens, de cosméticos a suplementos alimentares, livros e utensílios domésticos, e movimentou 21,8 bilhões de reais — 18,4% a mais que em 2008. O primeiro trimestre deste ano confirmou a curva ascendente: venderam-se 5,2 bilhões de reais, um aumento de 19% sobre o mesmo período de 2009. Segundo os executivos do setor, muito desse impulso decorre da elevação de milhões de brasileiros à classe C, à qual chegam ávidos por consumir. Para esse novo freguês, o produto que vem até a sala de sua casa é virtualmente irresistível. É desse meio, também, que saem muitos dos vendedores: para a grande maioria, o porta em porta é apenas um reforço no orçamento doméstico, e raramente rende mais de 500 reais por mês. Mas, dado o ímpeto do setor, já se observa também um contingente expressivo de pessoas

LAILSON SANTOS

VAI UMA VIAGEM? O paulistano **Daniel Castro** é uma agência de turismo ambulante. Há um ano, ele elabora pacotes para destinos em todos os cantos do planeta por meio da Viagens WOW!, empresa criada em 2006. Os "agentes de lazer", como são chamados os revendedores, costumam aumentar seus ganhos recrutando outros agentes – que passam a lhes dever porcentagem sobre suas vendas. Em março, graças aos muitos colegas que arregimentou e aos diversos cruzeiros vendidos para as férias, Castro bateu um recorde histórico na empresa: faturou 35 000 reais, contra sua média mensal de 13 000 reais. Antes de se lançar nas vendas diretas, ele passara dez anos no mesmo emprego, em uma companhia de energia elétrica, onde ganhava menos de um quarto do que hoje. Não tem saudade. "Não largo esta vida por nada."