



O crescimento de 5% nas vendas do comércio de Brasília é bom indicador quando comparado à queda de 10% no Rio e S. Paulo

Altos salários evitam que recessão atinja Brasília

Carlos Max Torres

Brasília — A recessão econômica, que vem afetando de maneira acentuada as atividades industriais e comerciais em todo o país, ainda não chegou ao Plano Piloto de Brasília. Dados extra-oficiais indicam que nos primeiros sete meses de 1981 as vendas globais do comércio na Capital Federal cresceram cerca de 5% em termos reais (descontada a inflação), comparadas com igual período do ano passado.

Enquanto isso, cidades como Rio de Janeiro e São Paulo apresentaram no mesmo período quedas significativas nas vendas do comércio, que oscilaram entre 10% e 15%. Duas razões fundamentais explicam o bom desempenho de Brasília: a estabilidade do nível de emprego, devido ao grande contingente de funcionários públicos, e o fato de a cidade ter o maior índice per capita de salários de todo o Brasil.

Dados significativos

Alguns dados ilustram bem o estado de espírito das grandes redes de lojas de todo o Brasil com respeito ao comércio de Brasília. A Brastel abriu recentemente três grandes lojas na cidade e nos primeiros 60 dias superou em 30% sua expectativa de vendas. A Sears do Conjunto Nacional Brasília, o maior shopping center de Brasília, é considerada a segunda maior loja de vendas do grupo, superando inclusive a de São Paulo.

Um outro dado importante com relação ao termômetro das vendas em Brasília: o Grupo Pão de Açúcar, que tem sete grandes lojas na Capital Federal, adquiriu um espaço de 22 mil metros quadrados para a instalação de outra filial a partir de 1982 num novo centro comercial, que será inaugurado, o Conjunto Baracat. Ainda com relação à Sears, em dezembro de 1980 a loja do Conjunto Nacional bateu o recorde de comparecimento de pessoas — 120 mil, o maior de toda a América Latina.

Como atestam os dados da Associação Comercial do Distrito Federal e da Federação do Comércio do DF, apesar de as vendas continuarem crescendo, o aumento ficou além da expectativa prevista pelas duas associações de classe no início deste ano. Para efeitos comparativos, Brasília tem uma situação excepcional em termos de redistribuição de renda. Os dados oficiais indicam que Brasília tem 46,6% da população economicamente ativa ganhando até dois salários-mínimos mensais, e 36,5% ganhando três salários-mínimos por mês.

Comparada com o Rio de Janeiro, por exemplo, a situação de Brasília é excepcional em termos de salários, o que contribui de maneira direta para o dinamismo das vendas na cidade. No Rio, 30% ganham acima de três mínimos por mês e 50% percebe até dois salários-mínimos mensais. Se comparada com Recife, a situação é ainda mais favorável: apenas 16,9% da população economicamente ativa ganha acima de três mínimos mensais.

No DPC

O Departamento de Proteção ao Crédito — DPC — de Brasília informa que, no período de janeiro a julho de 1981, prestou 50 mil 196 informações negativas às lojas comerciais, contra 53 mil 943 do mesmo período do ano passado. Segundo os dados do Sistema Nacional de Emprego — Sine/DF — o setor de serviços apresentou uma variação positiva de 2,05% no período abril/1980 a abril/1981, vindo o comércio com 1,34% a mais em relação ao mesmo período e uma retração de 8,28% para os empregos da área da construção civil e de 5,59% para a industrial em geral.

A Federação do Comércio explica que os índices negativos da construção civil e da industrial em geral são consequência direta da "desativação, redução ou paralisação da construção de grandes edifícios públicos ou de apartamentos para funcionários do Governo Federal".

Mesmo com os índices negativos da construção civil, a economia de Brasília não foi

muito afetada porque, na Capital Federal, cerca de 78,4% da população ocupada está no setor terciário.

De acordo com o presidente da Associação Comercial do Distrito Federal, Lindberg Aziz Cury, só as empresas que não acompanharam a "evolução do mercado, não se modernizaram", tiveram quedas de vendas. Tal situação teria afetado apenas as pequenas e médias empresas e não as grandes lojas e departamentos.

Devido à total falta de acompanhamento estatístico sobre as vendas do comércio em Brasília, a Companhia de Desenvolvimento do Planalto — Codeplan — que deveria se encarregar disso, não tem dados. Todos os números relativos às vendas de eletrodomésticos e produtos alimentícios são obtidos através de amostragens, e não de pesquisas.

Mesmo assim, segundo o Sr Aziz Cury, a campanha desencadeada pela associação com o slogan Passe o Natal em Brasília, em 1980, permitiu se saber que no último trimestre do ano passado o crescimento das vendas ficou entre 180% e 220%, comparado com 1979. É bom notar que Brasília, tradicionalmente, se esvaziava no final de ano, com a população passando o Natal fora com famílias, provocando quedas vertiginosas nas vendas do comércio.

Período atípico

Ainda de acordo com o Sr Aziz Cury, de meados de janeiro até meados de março, o comércio de Brasília sofre forte retração, tendo em vista as férias escolares, o recesso do Legislativo e Judiciário e a própria "ressaca" provocada pelo boom de vendas de final de ano. Aliás, devido à presença em Brasília das grandes lojas como o Jumbo, Sears, Casas da Banha, Brastel e Carrefour, entre outras, os pequenos e médios comerciantes foram obrigados a adotar uma estratégia nova de marketing para enfrentar a concorrência dos grandes.

Com a chegada do Carrefour a Brasília, em 1978, e a grande concorrência que trouxe em termos de preços para com o varejista, surgiram as chamadas cadeias voluntárias, o embrião da atual Rede Somar de Abastecimento. As cadeias voluntárias classificavam pequenos e médios comerciantes que, através de uma central de compras, conseguiam trabalhar com preços mais estáveis e atendiam às populações mais pobres das cidades-satélite.

Mas a 25 quilômetros do Plano Piloto, na cidade de Taguatinga, o presidente da Associação Comercial e Industrial — Acit — José Maria Gonçalves Coelho, afirma que a situação é catastrófica, porque 80% do comércio local está nas mãos dos pequenos e médios empresários. Lembra a brusca queda nos índices da construção civil, um índice negativo de 50% no ritmo das obras, e salienta que "o comércio está apresentando quedas assustadoras de vendas".

Taguatinga tem 23 anos de fundação, 675 mil habitantes, 800 estabelecimentos industriais, 6 mil 500 firmas comerciais e 18 agências bancárias. Explica o Sr Gonçalves Coelho que os empresários locais pararam de comprar e estão desovando estoque e "muitas pequenas firmas fecharam suas portas por absoluta falta de capital de giro". Além disso os bancos fecharam os empréstimos ao comércio, estando o Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco da Amazônia, entre outros, com suas carteiras de crédito totalmente paralisadas.

Outro lado importante diz respeito ao comportamento das vendas de automóveis em Brasília. Ao contrário das demais regiões metropolitanas do país, as vendas de carros caíram entre 25% e 30% nos primeiros meses de 1981 em comparação com 1980, embora a Volkswagen tenha apresentado uma queda bem maior. A General Motors e Ford conseguiram superar melhor os problemas, ante o relativo sucesso do carro a álcool. Mantiveram índices negativos de no máximo 30%.