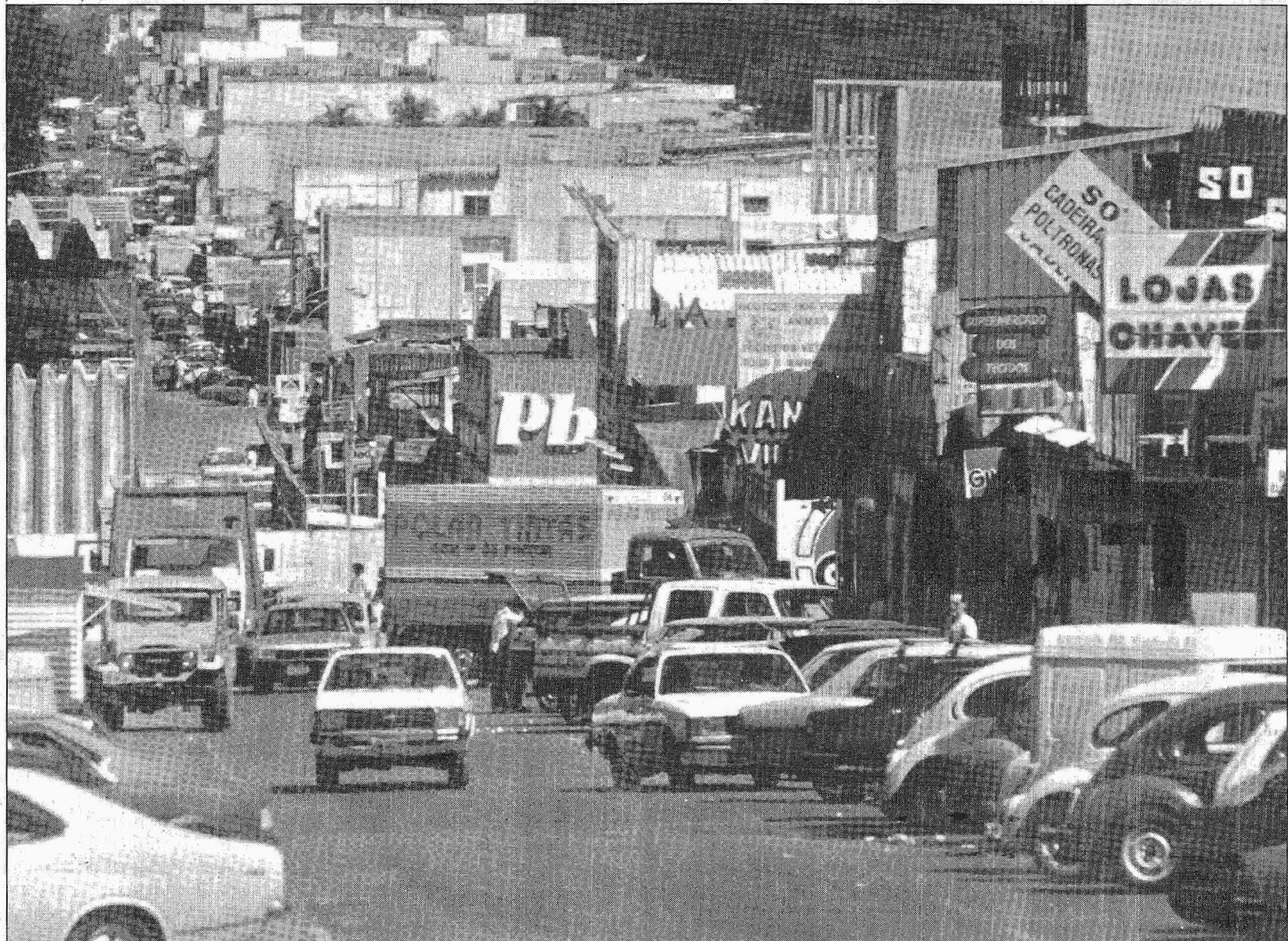


Comércio tenta tudo para sair da crise

Jefferson Rudy



Comerciantes reclamam que crise provoca demissões e falências e provoca pânico em alguns setores da economia da cidade, principalmente pela falta de

Palácio do Buriti, para tentar resolver o que chama de impasse. "De um lado, o GDF tenta economizar, mas não vê que o comércio de Brasília depende do funcionalismo", afirma.

As previsões pessimistas dos empresários, no entanto, ainda não se confirmaram. O levantamento registrou, em junho, um aumento de 0,25% no nível de emprego com relação a maio, e de

2,02%, se comparado ao mesmo mês do ano passado. Setores que apelaram para promoções tiveram um pequeno aquecimento nas vendas no mês passado, como as lojas de departamento: 3,78%. As

facilidades no crédito favoreceram as vendas de automóveis novos e usados, que aumentaram 42,4% em relação ao mesmo período do ano passado, segundo o Sindicato de Comércio de Automóveis.

Ninguém vende material de construção

As empresas de material de construção já entregaram o futuro a Deus. "Só ele sabe quanto tempo eu vou agüentar", diz Claudionor José, um dos sócios da Madecor, empresa especializada em madeiras. Ele garante que perdeu 25% das vendas de maio a junho, um volume que já era quase a metade do início do Plano Real. As empresas alegam que o mercado está parado: condomínios embargados, fim dos assentamentos, o metrô, que não entra nos trilhos, e até as grandes empreiteiras balançaram. São o retrato mais fiel da pesquisa.

A crise no setor é real. O fechamento da Madeireira Santo Antônio, em fevereiro - tida como líder de mercado - espalhou um clima de pânico entre as concorrentes. A rotina tem sido demitir funcionários, reduzir estoque e cortar gastos. Algumas chegam a queimar patrimônio, como a Arco-Íris, que vendeu quatro dos seis caminhões que possuía. "Não sei como vamos sobreviver",

desabafa o gerente da empresa, José Cleiton Bezerra. Com base no estoque, ele calcula que vendeu em junho 40% a menos do que em maio. E garante que mantém os preços no chão. "Para se ter uma idéia, comprei hoje (ontem) o milheiro de tijolo por R\$ 110,00 e estou vendendo a R\$ 140,00. Só paga o imposto", afirma. O gerente não descarta a possibilidade de parar de fornecer alguns produtos, por causa da reduzida margem de lucro e não aceita mais vendas faturadas. "Preferimos perder a venda do que não receber na hora", garante.

Na contra-mão. O empresário Lívio Pereira de Souza está vendo tudo azul. Dono da Polar Tintas, que forma uma rede de 23 lojas no DF, ele contesta os dados da Fecomércio e comemora inclusive uma recuperação de 4,6% nas vendas deste semestre, com relação aos primeiros seis meses do ano passado. Também tem planos para o futuro. Espera fechar o

ano com 3% por cento de aumento na venda de tintas e material para pintura e acabamento.

O empresário avalia que os números da pesquisa são muito relativos e faz outra comparação. No ano passado, as vendas registraram uma queda de quase 40 por cento com relação ao primeiro ano do real, quando as pessoas compraram tudo que viam pela frente, acreditando que manteriam a correção salarial. Para ele, o que ocorreu foi uma adaptação a uma nova realidade, onde as pessoas pesquisam mais e compram menos. "O consumidor está mais astuto. Sabe que dinheiro no bolso é muito poderoso", avalia. "Quem reclama é porque não se adequou a uma economia estável", opina.

"A pesquisa reflete a economia como um todo e não apenas um segmento", rebate o presidente da Federação do Comércio, Sérgio Koffes. Lívio não questiona a redução nas vendas, mas acha que a maior difi-

culdade do comerciante é aceitar a redução da margem de lucro. "Se você olhar, num primeiro momento dá vontade de fechar o negócio. É que o empresário estava acostumado a um lucro estratosférico de 9% na inflação e hoje não tem mais do que 1,3, 1,5%", afirma. O empresário acredita que não há comparações a serem feitas com o passado.

Para ele, o ganho agora é obtido na quantidade e não no preço. Lívio acha que o poder aquisitivo do consumidor está mais alto, porque os preços estão baixos. "Todo produto manufaturado caiu. Uma TV de 20 polegadas que custava R\$ 600,00 custa hoje R\$ 380", exemplifica. No início do plano, uma lata de tinta valia um salário-mínimo (hoje R\$ 112,00). Atualmente, sai por R\$ 69,00.

"Houve uma mudança radical na forma de gerenciar um negócio. O segredo para sobreviver hoje é ter estoque baixo e girar rapidamente", ensina o empresário.

Pesquisa da Federação do Comércio mostra que as vendas estão 20% mais baixas que no ano passado e que lojas estão às moscas

Beth Veloso
da equipe do Correio

"Estamos vivendo uma crise muito grave e não vemos perspectivas de melhoria". Dita de maneira isolada, a afirmação do presidente da Federação do Comércio (Fecomércio), Sérgio Koffes, pode soar um tanto alarmista, mas ela se fundamenta em uma pesquisa que envolve 61 segmentos do comércio no Distrito Federal. O levantamento mostra que as vendas caíram 20,51% em junho último, em relação a junho do ano passado,

Segundo a pesquisa, só escapam da crise os setores de veículos, supermercados, vestuário e peças de decoração. Os donos das lojas de materiais de construção, livrarias e papelerias e farmácia são os que mais reclamam.

Se a comparação for feita de um mês para outro, o panorama não é tão ruim assim: a queda foi de 0,27% em junho, em relação a maio — quase inexpressiva.

Os comerciantes alegam que as lojas estão às moscas há muito tempo. Eles são unânimes: o maior vilão das vendas é o arrocho salarial do funcionalismo público. Há 18 meses sem receber aumento, os servidores da União e do GDF, que movimentam 40% da renda do consumidor do Distrito Federal, estão pensando mil vezes antes de botar a mão no bolso. Nem a ampliação dos prazos de crédito, anunciada há pouco tempo pelo Banco Central, fez aumentar o vo-

lume de vendas.

"Em Brasília, não adianta estender o prazo para pagar uma geladeira e uma TV, porque as pessoas não têm condição de arcar com as prestações mês a mês", explica o presidente da Fecomércio.

LIMITE

A pesquisa, feita em 657 estabelecimentos, entre os dias 22 e 26 de junho, indica, ainda, que os preços têm se mantido estáveis. De acordo com a Fecomércio, no mês passado houve uma elevação de apenas 0,2%. Comparado a junho de 95, o aumento foi de 6,06%. Sérgio Koffes garante que as lojas trabalham no limite: "É impossível baixar mais os preços. Cada vez mais os comerciantes estão reduzindo a margem de lucro, ao passo que as despesas estão aumentando, como água, luz, telefone, transportes, energia elétrica, além da inflação". Outro dado da pesquisa: os fornecedores reajustaram os preços em 19,43% nos últimos 12 meses.

A pesquisa saiu do forno no momento em que os deputados distritais apertaram ainda mais o cinto dos servidores locais, com o corte de 50% nas gratificações e benefícios. Como também não há nenhum aumento à vista, Sérgio Koffes faz um alerta: "Isso pode gerar queda no consumo, aumento do desemprego e fechamento da pequena e média empresa".

IMPASSE

Ele pretende bater na porta do



Lívio de Souza, na contra-mão, comemora a recuperação das vendas