Fecomércio prevê recessão no DF

Queda de preços e das vendas em julho assusta empresários

Expectativa dos lojistas é de que resultado melhore este mês

A economia pode estar caminhando para um sério processo recessivo. Segundo dados da Pesquisa Conjuntural da Federação do Comércio do Distrito Federal (Fecomércio), se agosto repetir as quedas de preços (-1,08%) e vendas (-1,6%) de julho — segundo mês consecutivo com essas características —, estará confirmada a recessão econômica. Apesar de ter frustrado o comércio em relação ao esperado aumento de vendas, a Pesquisa Conjuntural apontou alguns indícios positivos, como a queda na inadimplência e o esboço de recuperação de alguns setores.

A Fecomércio creditou a queda de vendas em julho aos mesmos fatores do mês anterior, como greve dos professores e férias escolares, e ainda à derrota da Seleção Brasileira na final da Copa. Porém, a maior decepção ficou por conta do anunciado aumento de 28,86% para os servidores públicosfederais. "Para nossa surpresa, esse dinheiro só será pago a partir deste mês, então ainda não entrou no mercado. Além disso, o GDF até agora não comunicou se dará o aumento", disse Sérgio Koffes, presidente da Fecomércio.

Crise

Para Koffes, a classe média está cada vez mais pobre, o que pode estar contribuindo para um processo recessivo. "Não há dinheiro circulando hoje, então não adianta fazer liquidações. O comércio está liquidando há três meses e as vendas não sobem", ressaltou o presidente da Fecomércio.

Segundo ele, a previsão para agosto é de melhora em função das campanhas eleitorais, mas sem maiores otimismos. "Pelo que ouvi de políticos, está havendo maior contratação de cabos eleitorais. Eles começaram a trabalhar em julho e vão receber em agosto". Koffes lembrou que há cerca de 700 candidatos no DF e que, caso sejam contratados cinco cabos eleitorais para cada candidato, serão criados 3.500 postos de trabalho.

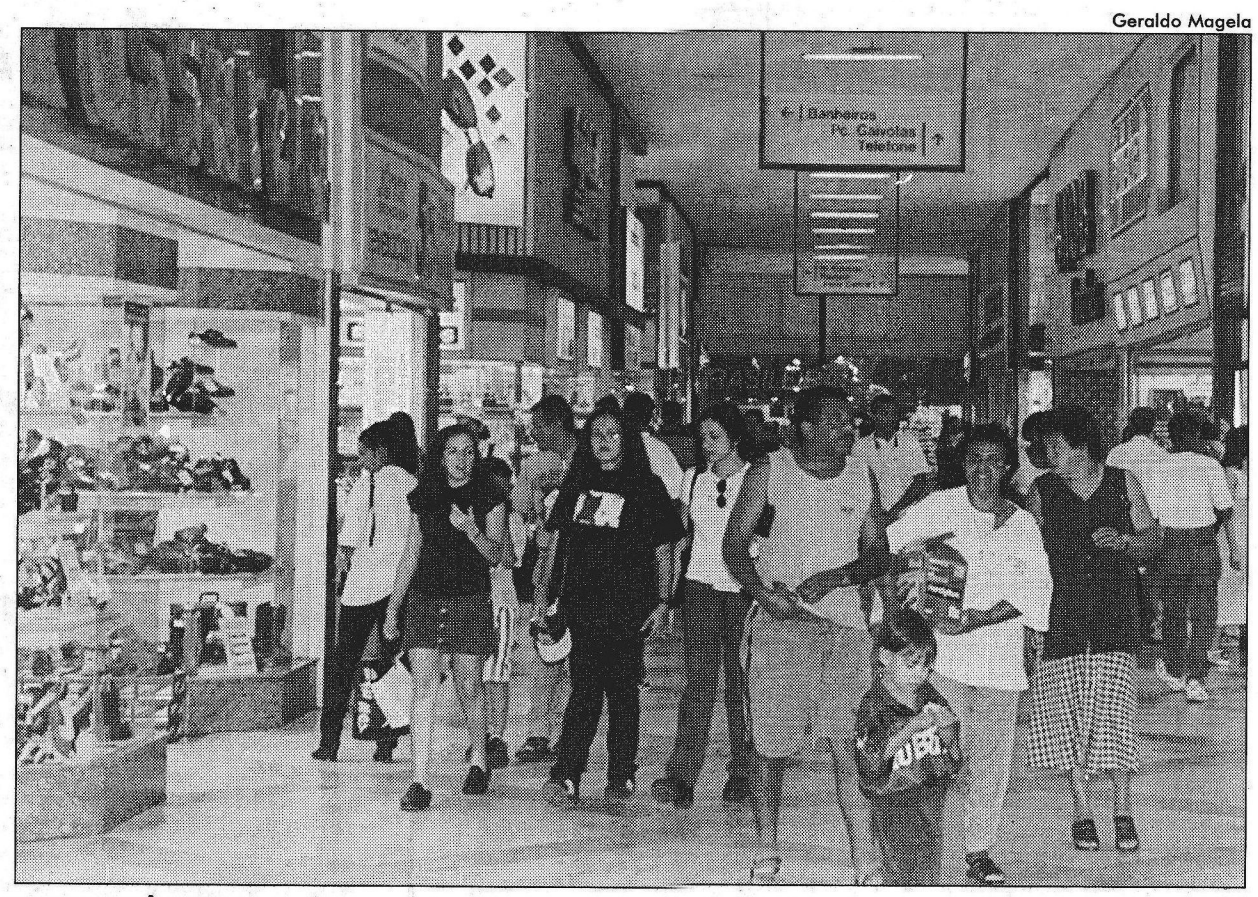
O efeito do Dia dos Pais nos índices de agosto foi desprezado por Koffes: "Os shoppings estavam movimentados, mas só foram comprados presentes de baixo valor", afirmou.

Um dos poucos motivos de alegria para a Fecomércio foi a diminuição da inadimplência. Em julho, cerca de 5,63% dos cheques emitidos foram devolvidos, contra 5,92% do mês anterior. Os atrasos nos pagamentos também recuaram, passando de 5,42% em junho para 4,51%. "Isso é um dado significativo", comemorou Koffes, que anunciou também o início de recuperação do setor de papelarias — pela volta às aulas —, de automóveis — graças às promoções das concessionárias — e dos postos de combustíveis, devido ao aquecimento das campanhas políticas.

Dos 22 segmentos pesquisados pela Fecomércio, os únicos com resultados positivos expressivos foram os setores de cine-foto-vídeo, com aumento de vendas de 4% em relação a junho, e de instrumentos musicais, discos e fitas, que registrou 3,3%.

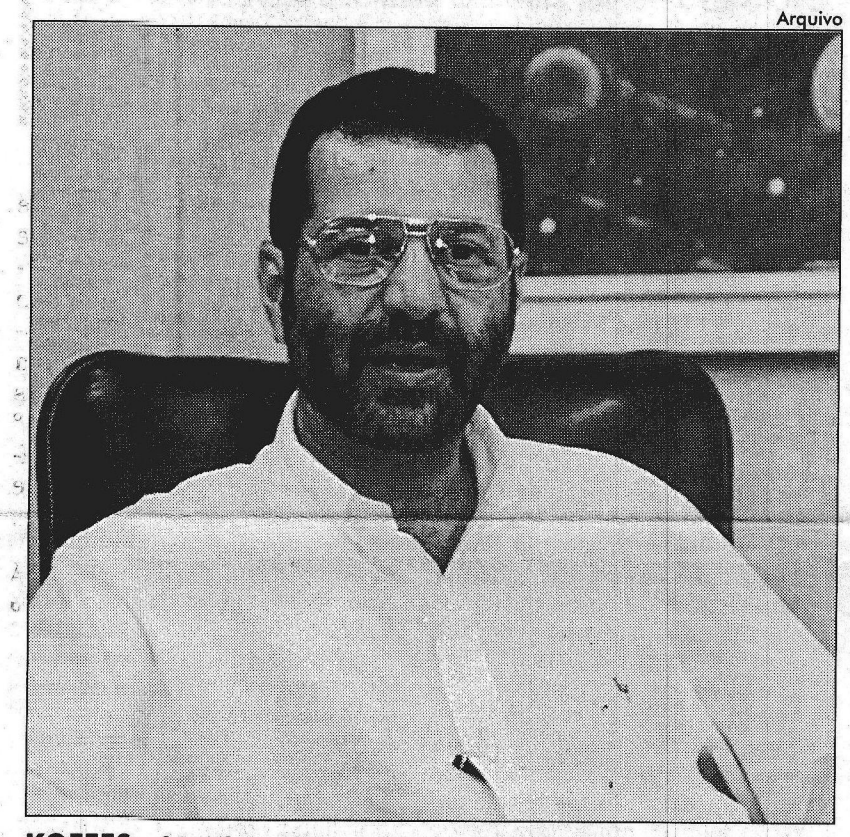
RODRIGO LEDO
Repórter do Jornal de Brasília

Geraldo Magela



INADIMPLÊNCIA aumentou, mas lojas ainda acham que pré-datado ajuda a atrair consumidores

Arquivo



KOFFES: dúvida sobre prejuízo a correntistas corretos

Preço terá de ser afixado em setembro

Agora é para valer. A partir do dia 11 de setembro próximo, os supermercados terão de estar com o preço nos produtos afixado de maneira clara e visível para o consumidor. A determinação foi anunciada ontem pelo ministro da Justiça, Renan Calheiros. Ele garante que o comerciante que descumpri-la poderá ser penalizado com multa que varia de 200 Ufirs (cerca de R$ 200) a três milhões de Ufirs (aproximadamente R$ 3 milhões).

O Governo rejeitou a proposta da Abras (Associação Brasileira de Supermercados), de instalar equipamentos eletrônicos para a verificação de preços a cada 500 metros quadrados do supermercado, o que seria feito em um ano. "O código de barras oferece mais comodidade ao consumidor, consagra avanços tecnológicos importantes, mas a automação sem identificação do preço no produto não elimina a discrepância entre os preços expostos nas prateleiras e os cobrados no caixa", justificou Calheiros.

Diferença

Segundo ele, os órgãos de defesa do consumidor constataram que a diferença média entre o preço afixado na prateleira e o do caixa é de 15%, mas já foram registrados casos em que esta discrepância era de 182%. A partir do dia 11, os supermercadistas vão poder continuar utilizando o código de barras e também afixando o preço nas prateleiras. Só não podem se esquecer de grudar o preço no produto, seja por meio de etiquetas, carimbo ou no código de barras, conforme fazem as grandes lojas de departamento.

Alguns produtos não precisarão ter o preço afixados. É o caso de verduras, frutas e hortaliças não embaladas e ainda pães, doces, grãos destinados à venda a granel e congelados. Os comerciantes de carnes, assim como seus derivados, peixes e crustáceos não embalados também não precisam utilizar as etiquetas nestes produtos.

Custos

Os donos de supermercados de Brasília dizem que não vão contestar a decisão e que vão começar a se preparar para que, dentro do prazo estipulado, todos os estabelecimentos estejam com os preços afixados nos produtos, conforme estipulou o Ministério da Justiça. "Vamos acatar a decisão, embora discordemos da mesma", assinalou Djalma Bandeira, presidente do Sindisuper (Sindicato dos Supermercadistas do DF).

Ele garante que a medida vai implicar em mais custos para o comerciante, que pode repassá-los aos preços dos produtos. O Governo apresentou ontem números que comprovam que o custo que o empresário terá para afixar preço em cada mil produtos é de R$ 1,20. Em todo o DF, três mil supermercados vão terão de destacar o preço da mercadoria, conforme determinou ontem o Governo Federal.

MÁRCIA DELGADO
Repórter do Jornal de Brasília

Conselho recua e avalia protesto

O Conselho Temático do Comércio Varejista decidiu aguardar um pouco mais antes de decidir pelo protesto contra a inadimplência no próximo sábado, dia 15, que consistiria em não aceitar pagamentos em cheque. O Conselho, constituído por quatro sindicatos de lojas varejistas, e a própria Fecomércio promoverão reuniões entre os sindicatos para discutir a validade e a estratégia do protesto antes de efetivá-lo. O Procon já avisou que vai autuar os lojistas que não quiserem receber cheques — baseado no Código de Defesa do Consumidor —, caso receba reclamações do público.

O Conselho Temático do Comércio Varejista anunciou o protesto na última quarta-feira, apresentando como justificativa os altos índices de inadimplência de Brasília. Porém, o ato, cujo objetivo seria chamar a atenção dos bancos e do Governo para a necessidade de medidas mais duras contra cheques devolvidos, será melhor avaliado pelo Conselho e pelos sindicatos da Fecomércio em virtude de suas possíveis conseqüências.

Recuo

"Estamos achando que a Febraban e os bancos estão muito lentos em suas posições. Mas não sei se podemos prejudicar os 95% dos correntistas corretos, com essa atitude", disse Sérgio Koffes em relação ao protesto. Desde a divulgação da iniciativa, Koffes fez questão de ressaltar o desconhecimento formal da Fecomércio e ontem anunciou a realização de um encontro entre sindicatos para decidir se haverá ou não protesto.

"Essa é uma proposta do Conselho Temático do Comércio Varejista, um dos quatro que compõem a Federação (do Comércio). Estamos marcando uma reunião para quinta ou sexta-feira. Se houver aprovação da maioria dos 26 sindicatos, nós (diretoria da Fecomércio) vamos encampar a proposta", explicou Sérgio Koffes.

O presidente do Conselho Varejista e do Sindicato do Comércio Varejista do Distrito Federal (Sindivarejista), Lázaro Marques, disse que a proposta está sendo melhor estudada, mas que a disposição do Procon em multar os lojistas não está sendo considerada: "Temos um parecer do Banco Central dizendo que podemos fazer o protesto", afirmou.**(R.L.)**

Lojista prefere correr risco a perder venda

Nem todos os comerciantes estão desesperados com as taxas de inadimplência, avaliada em 5,63% no mês de julho pela Pesquisa Conjuntural da Federação do Comércio do Distrito Federal (Fecomércio). O **Jornal de Brasília** constatou um quadro diferente do que declaram os sindicatos do comércio durante um rápido levantamento junto a lojistas do Conjunto Nacional, onde a maioria das lojas oferece parcelamento através de cheques pré-datados. Para os comerciantes consultados, aceitar os pré-datados ainda é uma das melhores formas de estimular as vendas e o controle dos clientes pode diminuir a incidência dos "borrachudos".

"Cheque sem fundo é uma tradição no comércio. É preferível correr o risco do que deixar de vender", afirma Luís Antonio Cruz, gerente da sapataria Mister G. Cruz não sabe precisar quantos cheques são devolvidos em cada 100 recebidos em sua loja, mas admite falhas da Mister G no controle ao crédito. "Não fazemos cadastramento dos clientes e isso é uma falha. Pretendemos implantar o sistema", diz o gerente. A Mister G está oferendo pagamento em até quatro parcelas.

Critério

Os funcionários das lojas Sport Center, de artigos esportivos, e Lord Perfumaria são mais criteriosos. Na Sport Center, todo cliente que paga com cheque tem de ser cadastrado, fornecendo dados detalhados. "Em cima do que a pessoa declara, damos um limite de compras. Há clientes que ganham R$ 300 e querem fazer compras no valor de R$ 200. Isso tudo é analisado através do cadastro", ensina o gerente Wladimir Alves Moreira.

Na Lord Perfumaria, a gerente Lázara Ferreira adota outros procedimentos. "Não tínhamos controle cerrado. Agora, pegamos endereço, telefone, identidade e outros documentos. Às vezes, só a identidade não adianta nada", diz Lázara, referindo-se à falsificação de documentos.

A maioria dos lojistas entrevistados afirma checar o endereço do emissor de cheques a partir de R$ 50. Além disso, efetuam pesquisa junto aos serviços de proteção ao lojista como Telecheque e Departamento de Proteção ao Crédito (DPC).**(R.L.)**