

# Efeito gangorra nas vendas no Distrito Federal

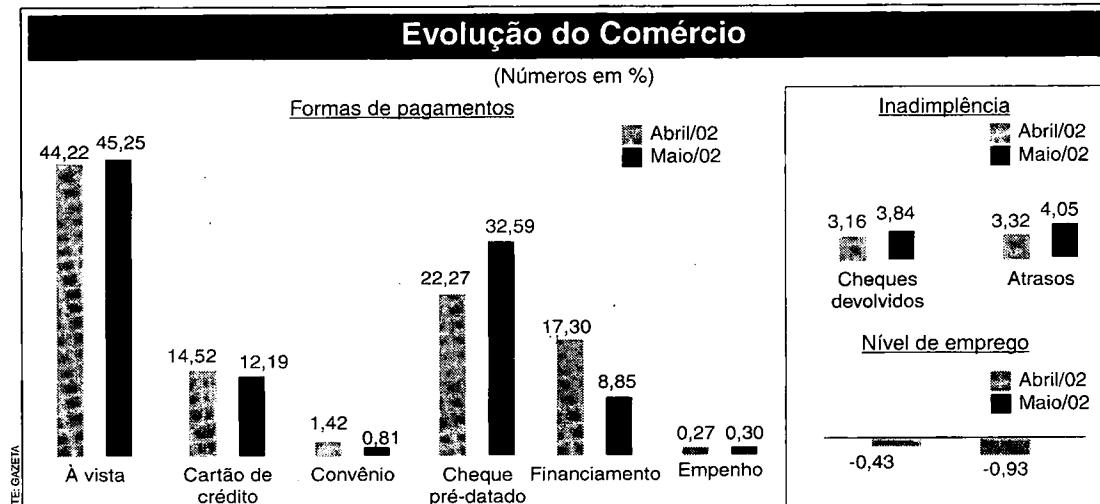
Desempenho positivo dos shoppings, que têm 3% das lojas, contrasta com queda geral de 17,3% entre janeiro e maio

Luciana Otoni  
de Brasília

As vendas do comércio varejista do Distrito Federal tiveram aumento nominal (não descontada a inflação) de 1,94% em maio, em relação a abril, percentual insuficiente para reverter a trajetória de queda no consumo. No acumulado entre janeiro e maio, os lojistas enfrentam uma redução de 17,3% no faturamento em comparação a igual período de 2001, conforme detectou a pesquisa divulgada pela Federação do Comércio do Distrito Federal (Fecomércio). Os percentuais foram fortemente influenciados pela queda de consumo de bens duráveis como veículos, com queda de 11,07% em maio, e seguem na direção oposta ao desempenho dos shoppings centers.

A pesquisa da Fecomércio traz à tona duas realidades no Distrito Federal. O levantamento indica que, enquanto o chamado comércio de rua amarga retração, os oito shoppings vivem uma curva ascendente de vendas. Isto vem à tona a partir do número que aponta que as lojas nos shoppings representam apenas 3% do total dos 100 mil estabelecimentos existentes no Distrito Federal. E nestes centros de compra, segundo as administrações, os números do ano são positivos.

Alexandre Ayres, superintendente da Divisão de Shopping Centers do Grupo Paulo Octávio, do qual fazem parte o Brasília Shopping, o Terraço Shopping e o Ta-



Fonte: Fecomércio

uatinga Shopping, revela que as vendas nos três centros comerciais cresceram, respectivamente, 8%, 28% e 35% entre janeiro e maio, enquanto as taxas de inadimplência dos lojistas com a administração dos empreendimentos foram de 3,5%, 9,5% e 15,5%.

## Compras pulverizadas

Ayres atribui o quadro a um aquecimento fora dos períodos de maior consumo. "O momento recessivo é mais agudo para alguns segmentos, como o das concessionárias de veículos. O consumidor não quer se endividar e está adiando a compra ou a troca do carro ou do imóvel e tem comprado mais produtos semi-duráveis e não-du-

raveis. Essas são compras pulverizadas que estão sendo feitas fora da época de liquidação", afirma.

Ayres afirma que o desempenho positivo também pode ser explicado pela migração do consumidor do comércio de rua para as lojas de shopping centers. "Em 1997, as compras feitas em shoppings em Brasília eram de R\$ 600 milhões. No ano passado, chegaram a R\$ 1 bilhão e a projeção para 2002 é de R\$ 1,1 bilhão. De onde vieram os R\$ 500 milhões de incremento das vendas? Vieram de outras atividades que não eram operações anteriormente realizadas em shoppings", explica Ayres.

Também na contramão dos dados da Fecomércio, o Park Shop-

ping registrou alta de 15% nas vendas entre janeiro e março. O superintendente Dênis Seixas atribuiu o incremento à preferência do consumidor por comprar em lojas que oferecem estacionamento facilitado e segurança. "Existe dinheiro no mercado e poder de compra em Brasília", disse.

Seixas, que presidirá o recém-criado Conselho de Representantes de Shopping de Brasília, disse que o aquecimento observado no Park Shopping, no Brasília, no Terraço e no Taguatinga foram também verificados, em maior ou menor grau, nos demais shoppings da cidade.

A pesquisa da Fecomércio foi elaborada por meio de uma amostra de 352 empresas representantes

de 32 segmentos. Considerando-se a alta de 1,94% em maio, os segmentos que apresentaram as maiores altas foram óticas (22,81%), material de construção (13,66%), combustível/lubrificante (7,69%). Os piores desempenhos foram observados nas lojas de informática (17,10%), concessionárias (11,07%) e cine-foto-som (-6,81%).

## Quadro complicado

"Esse aumento de 1,94% não é representativo porque esperávamos alta de 3,5% e, se não houver redução de juros, a situação ficará pior. Nos últimos 45 dias, a taxa para captação de compras de bens duráveis aumentou oito pontos percentuais, isso significa que o capital de giro vai ficar mais caro e que a oferta para crediário vai diminuir. Se essa tendência não for alterada, teremos um segundo semestre de vendas em baixa", diz o presidente da Fecomércio, Wlanir Santana.

Já o presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas do Distrito Federal (CDL/FD), Pedro Américo, considera que o consumo tende a se reaquecer com a liberação dos créditos do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), das restituições do Impostos de Renda e do pagamento de parte do 13º do funcionalismo público. "Parte desses recursos será usado para pagar dívidas e, se isso ocorrer, o consumidor terá condições de assumir novos compromissos", conclui.

[lotoni@gazetamercantil.com.br](mailto:lotoni@gazetamercantil.com.br)