

BOLHA GLOBAL

Lojistas esperam que redução nos juros cobrados nos empréstimos e o aumento no valor do salário mínimo tragam de volta às compras o consumidor de baixa renda. No DF, liquidações garantem aquecimento

Taxa³ menor anima comércio

VICENTE NUNES

DA EQUIPE DO CORREIO

A queda nas taxas de juros e o aumento do salário mínimo de R\$ 415 para R\$ 465, que injetará cerca de R\$ 27 bilhões na economia a partir de março, darão um novo gás ao comércio. “Estamos muito contentes. Juntos, esses dois movimentos nos permitirão atravessar com maior força o período mais difícil da crise, o primeiro semestre do ano”, disse o presidente da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), Roque Pellizzaro.

A expectativa é de que, com os juros menores — os cinco maiores bancos do país anunciaram cortes em suas taxas, acompanhando a decisão do Banco Central de reduzir em um ponto percentual a taxa Selic —, as prestações dos crediários se acomodem melhor no orçamento das famílias, estimulando, principalmente, o consumo de bens duráveis, os mais dependentes de crédito. “Felizmente, o BC resolveu fazer a sua parte para estimular a demanda”, afirmou.

Na avaliação de Pellizzaro, as maiores beneficiadas com esse novo cenário serão as populações de mais baixa renda, as classes C, D e E. Por isso, a tendência é de que o consumo desse público cresça pelo menos o dobro da média geral do mercado ao longo do ano. “Ou seja, as nossas estimativas são de que, no total, as vendas do varejo aumentem 4% no ano. Mas as voltadas para as classes C, D e E devem avançar 8%”, assinalou. “Não podemos esquecer que o grosso dos que recebem salário mínimo estão nessas classes sociais e são os que mais precisam de crédito para completar a renda”, acrescentou.

Carlos Moura/CB/D.A Press



ROQUE PELIZZARO, PRESIDENTE DA CNDL, COMEMORA A QUEDA NA SELIC: “FELIZMENTE, O BC RESOLVEU FAZER SUA PARTE PARA ESTIMULAR A DEMANDA”

Não ao pessimismo

Pelas contas do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese), aproximadamente 43 milhões de pessoas têm a renda vinculada ao salário mínimo. “Estamos falando de 60% dos consumidores, que sustentam, sobretudo, o pequeno comércio espalhado pelo país”, destacou Pellizzaro. Não é à toa, portanto, que os varejistas estão aguardando com ansiedade a assinatura da medida provisória que reajustará o mínimo. O aumento deve ficar em 12%, sendo 5,7% de ganho real.

O presidente do CNDL comentou ainda que a forte queda

da Selic (está em 12,75% ao ano), teve um efeito psicológico importante, pois ajudará a reverter o pessimismo que vinha induzindo os consumidores a adiarem as compras. “Sabemos que a mudança de postura não acontecerá da noite para o dia. Mas dentro de, no máximo, 60 dias, tendemos a ter um consumidor mais confiante”, afirmou.

Essa perspectiva também vale para lojistas e bancos, uma vez que, com juros menores e a retomada das vendas, afasta-se um risco que vinha perturbando a todos: o desemprego. Comerciantes e instituições financeiras estavam temendo financiar o consu-

mo, devido à possibilidade concreta de seus clientes perderem o emprego e darem calote.

Alívio no DF

Segundo o presidente do Sindicato Varejista do Distrito Federal (Sindivarejista-DF), Antonio Augusto de Moraes, a combinação de juros em baixa e salário mínimo em alta alivia o cenário incerto que predominava na capital. “Janeiro e fevereiro são meses de liquidação, garantindo o faturamento. Mas, a partir de março, tudo seria incerteza”, disse. Ele chamou a atenção para outro fator favorável aos lojistas: a queda da inflação, que recomporá o poder de compra dos mais pobres.

Na avaliação de Moraes, para que os bons ventos voltem a soprar sobre o comércio é imperativo que tanto o Comitê de Política Monetária (Copom) quanto os bancos continuem cortando os juros, para consolidar a confiança dos consumidores. O empresário ressalta ainda que, pelas características do DF, onde um terço da População Econômica Ativa (PEA) está protegida da ameaça do desemprego (são servidores, aposentados e pensionistas), há chances de o comércio local ter um desempenho melhor do que a média nacional, como em 2008, quando cresceu dois pontos percentuais acima dos 9% do país.