

VAREJO

Sem pena de gastar

Brasiliense foi às compras em 2009 e o comércio festejou um aumento de 3,59% nas vendas em relação ao ano anterior. Além de gastar mais, o consumidor também buscou limpar o nome e a inadimplência caiu 4,4% em dezembro

» MARIANA FLORES

O brasiliense comprou mais no ano passado. O comércio do Distrito Federal comemorou um aumento de vendas de 3,59% em relação a 2008. A aceleração das vendas ganhou força a partir de outubro. No último trimestre de 2009, as vendas superaram em até 9,49% as registradas no mesmo período do ano anterior, segundo pesquisa divulgada ontem pela Federação do Comércio do Distrito Federal (Fecomércio-DF). A base retraída em função da crise econômica que começava a dar seus sinais no último trimestre de 2008 impulsionou esse acréscimo. Mas a melhora nas vendas também foi motivada pelo crescimento da renda.

O volume de recursos em circulação no Distrito Federal cresceu 9,3% em relação a 2008, segundo o Departamento Inter-sindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), devido ao crescimento do número de trabalhadores ocupados e da renda média recebida por eles. Mais brasilienses também conseguiram limpar seus nomes e tornaram-se aptos para comprar. A inadimplência na cidade caiu de 4,6% em dezembro de 2008 para 4,4% no mês passado.

De acordo com o presidente da Fecomércio, senador Ademar Santana, o resultado de 2009 surpreendeu positivamente os comerciantes locais e abriu um cenário de otimismo. O aumento de vendas resultou em mais contratações. O número de trabalhadores ocupados no varejo teve um incremento de 5,02% em 2009, contra um acréscimo de 0,60% em 2008, pelos dados da Fecomércio. “Esse aumento de vendas comprova que a crise não afetou tanto Brasília. Houve aumento de dinheiro em circulação, da renda per capita e não houve crescimento do desemprego. A expectativa é de que o comércio continue bem em 2010. As eleições devem movimentar determinados setores da economia, além de gerar empregos temporários”, diz o senador.

Dona de uma loja de roupas no Lago Sul, a empresária Monique Varejão está mesmo otimista. Somente em dezembro, ela registrou 30% a mais nas vendas em relação ao mesmo período de 2008. Há dois anos atuando

Balanço de 2009

Variação das vendas:

	Em relação ao mês anterior	Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Janeiro	-12,01%	6,33%
Fevereiro	-4,36%	3,32%
Março	0,78%	3,34%
Abril	-0,05%	-2,49%
Maio	3,74%	0,63%
Junho	0,81%	0,08%
Julho	-1,68%	-1,48%
Agosto	1,98%	0,66%
Setembro	1,31%	0,84%
Outubro	-1,45%	3,96%
Novembro	2,13%	5,50%
Dezembro	20,75%	9,49%

Resultados por setores em dezembro em relação a novembro:

Móveis e utilidades domésticas	37,2%
Cine-foto-som e óticas, info, CDs e fitas	13,3%
Vestuário	59,9%
Tecidos	17,5%
Calçados	23,6%
Livrarias e papelarias	11,8%
Supermercados/minimercados	11,4%
Farmácias e perfumarias	1,0%
Combustíveis e lubrificantes	8,8%
Revendedores de veículos	12,2%
Autopeças e acessórios	10,4%
Materiais de construção	24,0%
Comércio total	20,75%

A forma de pagamento:

	Total de vendas	Crescimento em cinco anos
À vista	70,8%	170,9%
Cartão de crédito	13,1%	68,4%
Convênio	1,0%	490,5%
Cheque pré-datado	7,1%	32,3%
A prazo	8,1%	13,9%

Fonte: Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista, elaborada pela Federação do Comércio do Distrito Federal (Fecomércio-DF).

Índice de devedores

O percentual refere-se à diferença entre o número de incluídos e excluídos da lista de devedores do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), da Câmara de Dirigentes Lojistas do Distrito Federal (CDL-DF). O índice chegou a atingir 5,7% em março de 2009, mas entrou em declínio ao longo do ano.

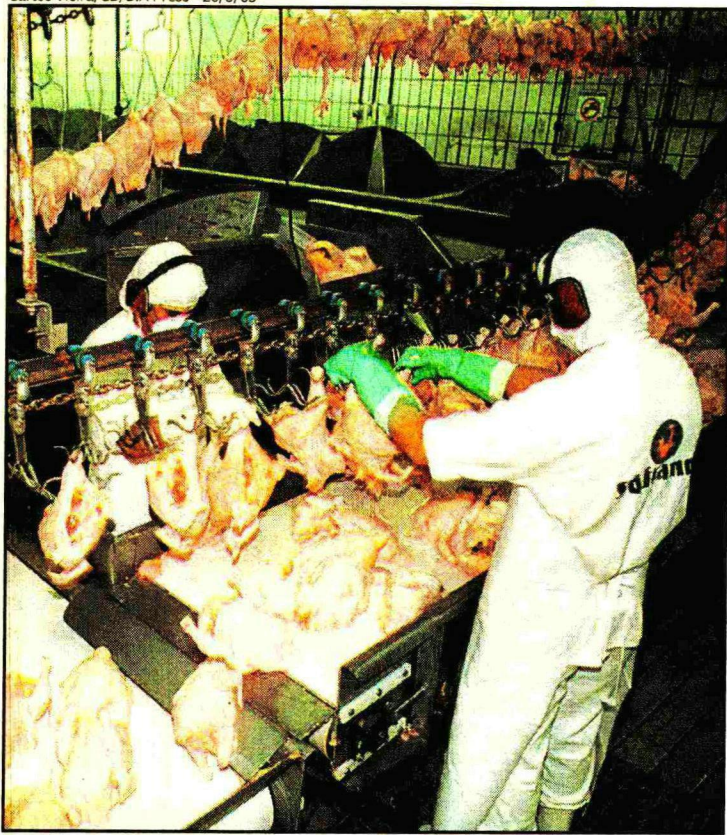
no segmento, 2009 foi um ano marcante para seu negócio. Monique mudou de endereço e contratou sua primeira funcionária. “2009 foi um ano muito bom. As vendas cresceram mais do que eu esperava. Para este ano, a expectativa é positiva. Acho que vou me estabelecer no mercado brasiliense”, afirma. As lojas de vestuário foram as que tiveram o melhor resultado em dezembro em relação a novembro — 59,9%. Em média, as vendas aumentaram 20,75% sobre novembro. A venda de móveis e de artigos de utilidades domésticas cresceu 37,2% sobre o mês anterior. Os comerciantes de calçados venderam 23,6% mais.

Leonardo Arruda/Esp. CB/D.A Press



Depois do bom resultado em 2009, Monique Varejão acredita que se estabelecerá no mercado brasiliense

Carlos Vieira/CB/D.A Press - 26/5/03



Frangos e miudezas estão no topo da pauta de exportações brasilienses

Exportações caem 21,2% em 2009

A queda nas exportações registrada em todo o país no ano passado também afetou as vendas originadas no Distrito Federal. As empresas brasileiras venderam para outros países 21,2% menos em 2009 do que em 2008. Toda a exportação brasileira caiu 22,7% no período. As vendas brasilienses ao exterior somaram US\$ 130 milhões em todo o ano, menos de 0,1% do volume exportado pelo país no ano anterior, segundo os números do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). No ranking dos produtos locais exportados em 2009, as carnes de frango e miudezas estão em primeiro lugar (72,45%). Em seguida, vêm os grãos de soja e conumo de bordo de aeronaves (combustíveis e lubrificantes), com 15,66% e 9,86%, respectivamente. De acordo com

Vendas feitas pelo Brasil

As exportações brasileiras somaram US\$ 152,9 bilhões em 2009. Apesar da redução de 22,7% no ano, o saldo entre importações e exportações se manteve positivo em US\$ 25,3 bilhões, 1,5% mais que em 2008.

a Federação das Indústrias do Distrito Federal (Fibra), a soma dos três produtos correspondeu a quase 98% da pauta candanga de exportações. Os principais destinos foram Venezuela, Kuwait, Portugal e Japão.

Em contrapartida, as importações do Distrito Federal, diferentemente do que ocorreu no restante do país, registrou uma alta. A capital comprou de outros países o equivalente a US\$ 1,09 bilhão em 2009, 1% mais do que em

2008. Na média brasileira, as importações caíram 26,21%, segundo o ministério.

A redução nas exportações está ligada à crise econômica, que diminuiu a demanda internacional, e à desvalorização do dólar. Os produtos brasileiros em geral foram prejudicados pela redução das aquisições feitas por outros mercados. O valor das vendas foi afetado pelo câmbio — de dezembro de 2008 a dezembro de 2009, o dólar americano passou de R\$ 2,33 para R\$ 1,74. “A queda foi até menor do que esperávamos, diante da redução das exportações verificada em todo o país e pela valorização do real, que diminuiu a competitividade das empresas brasileiras no exterior”, afirma o presidente Fibra, Antônio Rocha.

As elevadas importações da cidade não significam que os

empresários locais estejam investindo mais. Quase 70% das compras são feitas por órgãos governamentais, como o Ministério da Saúde, que interioriza boa parte de suas compras no exterior pela capital do país. O baixo volume de exportações se deve à falta de política de incentivo às empresas exportadoras, segundo Rocha. “Brasília não tem vocação para grandes indústrias, por causa da limitação de espaço. Para investir no setor, a cidade precisaria de uma política de incentivos para atrair indústria de alta tecnologia, como a de fármacos e a de tecnologia, por exemplo”, afirma. Do volume exportado pela capital federal, 96% foi vendido por apenas cinco empresas. A Venezuela é o principal comprador dos produtos brasilienses, segundo o MDIC. (MF)