

Pesquisa mostra que faturamento do varejo recuou em outubro porque consumidores foram cautelosos. Natal deve recuperar nível de negócios

Vendas do comércio caem 5,06% no Distrito Federal

MARIANA FLORES

DA EQUIPE DO CORREIO

Os efeitos da crise financeira começam a abalar o comércio brasiliense. Os consumidores estão receosos e os empresários da capital federal sentem os impactos do efeito psicológico da turbulência internacional. Pesquisa divulgada ontem pela Federação do Comércio do Distrito Federal (Fecomércio-DF) mostra que o faturamento do varejo no mês passado recuou 5,06% em relação a outubro de 2007 e 5,24% em comparação a setembro deste ano. Os revendedores de veículos e os comerciantes de vestuário foram os que mais sentiram a retração. Os empresários creditam a desaceleração nas vendas aos efeitos da crise econômica, mas esperam que os negócios melhorem a partir deste mês em função da proximidade com o Natal e das medidas adotadas pelo governo federal para impulsionar o crédito. "A única explicação para a retração é o impacto psicológico da crise. O Natal não será o que esperávamos, mas, com certeza, ainda teremos aumento de vendas. A crise deve atingir mesmo o varejo somente a partir de 2009", afirma o presidente da Fecomércio-DF, senador Adelmir Santana. No acumulado do ano, as vendas são 3,20% superiores às do mesmo período de 2007.

Os comerciantes do segmento de vestuário, que desde julho registravam uma desaceleração das vendas em relação aos meses anteriores, amargaram uma retração de 18,8% apenas em outubro. "Se a pessoa precisa cortar custos, roupa é uma das primeiras coisas que consegue adiar. E neste momento acho que muita gente está se prevenindo, tentando formar poupança. Mas as vendas

Fotos:Adauto Cruz/CB/D.A Press



MORUBIXABA BORGES GERENCIA LOJA DE VEÍCULOS: RETRAÇÃO DE 40% NAS VENDAS NOS ÚLTIMOS DOIS MESES

de Natal começam neste mês e devemos ter uma recuperação, principalmente no segmento de luxo", afirma o presidente do Sindicato da Indústria do Vestuário do DF (Sindivest), Márcio Franca.

Além do efeito psicológico, no caso da venda de veículos pesa ainda a diminuição do crédito, um dos impactos gerados pela crise no início de outubro. Com isso, as vendas despencaram no mês passado. A queda foi de 9,7%, segundo a pesquisa. O gerente de uma agência de semi-novos localizada na Cidade do Automóvel Morubixaba Borges sentiu uma retração de mais de 40% nas vendas nos últimos dois meses. Segundo ele, neste ano a média mensal era de 12 a 15 carros, em setembro e em outubro caiu para menos de seis unidades. "Não senti restrição no cré-

dito, o problema foi o aumento de juros que assustou o consumidor. Os juros médios cobrados no financiamento do carro usado aumentou de 1,7% ao mês para 2,3% ao mês e com isso assustou o consumidor", afirma.

Mas nas revendedoras do DF em geral, a restrição do crédito teve um impacto forte, segundo o diretor do Sindicato das Concessionárias e Distribuidores de Veículos Autorizados do DF (Sindiv-DF), Hélio Aveiro. "Houve queda do prazo máximo para pagamento de 72 para 60 meses e uma exigência maior por parte dos bancos, que estavam restringindo o crédito de 100%. As medidas adotadas pelo Banco Central nas últimas semanas ajudaram a diminuir os efeitos da restrição de crédito e os consumidores já estão voltando a comprar", afirma.

LULA DÁ CONSELHO

"Está na hora de as pessoas aprenderem a fazer bons negócios, de comprarem o carro mais barato e a televisão mais barata", afirmou o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, aconselhando os brasileiros a aproveitar possíveis preços baixos. Somente assim, disse, será afastado o risco de queda na produção e redução do emprego. "Quem está endividado, tem de pagar e não fazer novas despesas", acrescentou. "Quem não está (endividado), pode comprar à vontade e aproveitar as oportunidades."