



POLÍTICA ECONÔMICA

Este é o pior ano do comércio desde 2000, segundo o IBGE. De janeiro a maio o setor teve um desempenho 5,57% menor que no mesmo período de 2002. No DF, a retração superou os 7%

Seis meses de queda nas vendas

ANDREA CORDEIRO
DA EQUIPE DO CORREIO

Altas taxas de juros e queda de 14,7% na renda do trabalhador brasileiro derrubaram as vendas do comércio varejista em todo o país. De janeiro a maio, a queda nas vendas chega a 5,57%, em comparação com o mesmo período de 2002, segundo a Pesquisa Mensal do Comércio, divulgada ontem pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Tamanha retração faz deste o pior ano para o comércio desde o início da pesquisa em 2000.

Já são seis meses de queda consecutiva nas vendas. De dezembro a maio, o desempenho do comércio é negativo. "Nem o racionamento de energia, que assustou a população há dois anos, foi tão cruel com o comércio como a alta dos juros está sendo", revela o técnico em Comércio e Serviços do IBGE, Nilo Lopes Macedo.

Com juros altos, a população deixou de financiar compras, derrubando o desempenho dos setores de eletroeletrônicos, com queda de 11,47% no ano, e de automóveis, com retração de 12,88%. Mas não foram apenas os bens duráveis que encalharam nos estoques das lojas. Este ano, o consumidor de baixa renda, com medo do desemprego e com o dinheiro valendo menos, está reduzindo as idas ao supermercado.

Ruim na capital
No Distrito Federal, a queda nas vendas do comércio é de 7,72% no ano e de 7,52% em maio. Segundo o técnico do IBGE, resultados piores que a média nacional, de 5,57% e 6,23%, respectivamente. É que na capital do país, a grande massa de consumidores é formada por servidores públicos, com salários praticamente congelados. Para o técnico do IBGE, a retração mostra que o brasileiro gastou muito pouco com o Dia das Mães. "Prefeiu presentear com artigos mais baratos, como artigos de cama, mesa e banho", explica.

A retração no consumo no DF atingiu vários segmentos (veja quadro), principalmente o de vestuário. Em maio, a queda foi de 27,2%. O empresário Aldo Ramalho Picanço, dono das lojas

De acordo com a pesquisa do IBGE, esse comportamento da classe baixa resultou numa retração de 4,05% nas vendas de supermercados, hipermercados, alimentos, bebidas e fumo. "A classe baixa não têm os mesmos artifícios que a média, como cartão de crédito, para fazer compras quando o dinheiro acaba. Sem dinheiro não há compras", completa. Até mesmo o mês de maio, historicamente bom por causa do Dia das Mães, registrou queda de 6,23%, em comparação com maio de 2002. Foi o pior desempenho do ano (veja quadro).

Paulo de Araújo



ALDO PICANÇO, DA WÖLLNER, CONTABILIZA PERDA DE 15% NAS VENDAS. PARA NÃO DEMITIR, NEGOCIA COM FORNECEDORES

EM BAIXA

Nem alimentos resistem à queda do consumo (Em%)

Setores	Variação do volume de vendas em maio	Variação do volume de vendas acumulada no ano
Combustíveis	-2,26	-5,52
Hipermercados, supermercados e demais lojas de alimentos, bebidas e cigarros	-6,29	-6,23
Hipermercados e supermercados (*)	-5,96	-5,63
Tecidos, vestuário e calçados	-11,33	-3,12
Móveis e eletrodomésticos	-10,69	-11,47
Demais artigos de uso pessoal e doméstico	-3,02	-2,24
Veículos	-11,81	-12,88

*Essa categoria isola as vendas, em volume, de supermercados e hipermercados. É um subgrupo de categoria acima, que inclui, além destas lojas, bares, quitandas, sacolões e demais lojas que comercializam alimentos, bebidas e cigarros

Wöllner Outdoor, confirma o resultado ruim. "A venda nominal chega a ser maior que a registrada no ano passado, mas descontada a inflação do período, temos queda neste ano", lamenta. De posse dos resultados de junho, nas quatro lojas da rede, o empresário revela que a queda che-

ga a 15%, em comparação a junho de 2002.

Para piorar, completa o empresário, os custos com aluguel e telefone aumentaram, em média, 30% cada um. Para não ter de demitir funcionários, Aldo negocia preços com fornecedores, o reajuste do aluguel e pede prazo

maior para descontar os cheques da empresa. Está se preparando para o reajuste na conta de luz, que virá em agosto.

Recuperação

Apesar de um semestre tão desanimador, os economistas apostam que haverá recuperação no

REDUÇÃO NO DF

Variação das vendas no comércio (março a maio de 2003(em %))	
Março	-14,57
Abril	-8,91
Maio	-7,52
Acumulado	-7,72

Resultado em maio (em %)	
Combustíveis	-10,67
Hipermercados e supermercados	-6,93
Vestuário	-27,2
Móveis e eletroeletrônicos	-12,95
Uso pessoal e doméstico(*)	19,08

(*) Artigos de cama, mesa e banho, livrarias, perfumarias, óticas e brinquedos tiveram resultado positivo

Fonte: IBGE

comércio a partir de agosto. Segundo Marcelo Allan, vice-presidente do Instituto Fernand Braudel, o resultado negativo no primeiro semestre revela quanto o custo do combate à inflação. "A política de juros altos fez com que a inflação cedesse, mas, por outro lado, empobreceu a população", explica.

Allan acredita que este semestre será de recuperação, mas nada de espetáculos. "A inflação sob controle e o início da redução dos juros vão beneficiar as vendas que dependem de crédito, como os bens de consumo. A recuperação deverá ser lenta", acredita.

Para a coordenadora de projetos do Instituto Brasileiro de Economia (Ibre) da Fundação Getúlio Vargas, Sônia Rocha, a certeza de que a taxa de juros não subirá mais indica a recuperação a partir de agosto. "A queda dos juros cria expectativa de mais confiança para o brasileiro que passa a consumir, permitindo a retomada da atividade econômica", resume. Além disso, o segundo semestre sempre é melhor para a indústria e comércio por causa das festas de fim de ano e do 13º salário.