

Mercado

Em ano eleitoral, dinheiro vem, dinheiro vai

Campinas, 24 de Agosto de 2006 - Estudo recém-divulgado do Centro de Políticas Sociais da FGV – Fundação Getúlio Vargas, abrangendo um período bastante representativo da recente história político-econômica brasileira (1982 a 2004), aponta que em anos eleitorais a renda mediana dos brasileiros cresce, em média, 12,1% em relação ao ano anterior. Esse avanço, no entanto, tem sido extremamente passageiro e absolutamente ilusório, porquanto no ano seguinte às eleições a renda mediana acaba registrando um decréscimo médio de 11,9%. Ou seja: o que se ganhou em um ano, acaba quase totalmente diluído no outro.

Essa conclusão deve servir de alerta a quem, apesar de todos os pesares aí visíveis, continua investindo pesado. Ou seja: se neste ano eleitoral - presumivelmente de ganho de renda do consumidor e, portanto, de aumento do consumo - toda a avicultura (frango e ovos) enfrenta grandes dificuldades, não é difícil imaginar o que pode ocorrer em 2007, quando a tendência natural é de queda da renda do consumidor.

Neste aspecto, aliás, vale ressaltar que o índice de 11,9% corresponde ao recuo médio da renda no período avaliado, porquanto há quedas, também, de 23% e até de 27%. Ou, como diz o estudo da FGV, "eleição é a estação etílica, época das boas notícias ilusórias; já no período posterior vêm a conta e a ressaca".

Clique [aqui](#) para acessar a íntegra do trabalho do Centro de Políticas Sociais da FGV – Fundação Getúlio Vargas, que trata também dos ingredientes trabalhistas na redistribuição (à brasileira) de renda.

(AviSite) (Redação)

Visite www.avisite.com.br - O Portal da Avicultura na Internet

