

Comércio cresceu mais 22% no DF em fevereiro

O diretor do Clube dos Diretores Lojistas do Distrito Federal (CDL), Joel Campanatti, revelou, ontem, que as vendas do comércio do DF cresceram 22% em fevereiro, 2,95% a mais do que o índice de 19,05% registrado em janeiro.

Disse que a reativação das vendas nos últimos 90 dias "se deve aos reflexos da recomposição salarial do funcionalismo público, promovido com o último reajuste salarial de 44% concedido pelo Governo Federal em janeiro". Disse, também, que o incremento das vendas nesses três primeiros meses do ano "está fortemente vinculado à Constituinte, que tem retido muitas pessoas na cidade".

Joel Campanatti classificou o reaquecimento das vendas no comércio "como muito bom, se tomarmos por base o índice verificado no final do ano passado, que ao atingir 23% negativos, levou muito comerciante a fechar as portas". Ele acredita que o índice de março deve se manter na casa do 20%, mas ressaltou que "todo esse reaquecimento pode ser estancado caso hajam mudanças bruscas na política salarial do Governo Federal, como a extinção da URP, por exemplo".

Reviravolta

O diretor do CDL-DF disse que, caso se confirme "uma reviravolta na política salarial, os resultados serão imediatos, tais como vendas

negativas e a instalação de um quadro recessivo no setor". Campanatti criticou as autoridades econômicas do Governo ao afirmar que "se os salários sofrerem uma mudança de rota para pior, o Governo será o mais prejudicado, porque a produção cai e junto com ela a geração de empregos".

Criatividade

Não são apenas os reflexos da recomposição salarial de janeiro e a Constituinte que têm ajudado o reaquecimento das vendas no comércio do DF, na avaliação do diretor do CDL-DF. Ele aponta a criatividade aplicada às estratégias de **marketing** de alguns lojistas — os de maior capacidade de liquidez — que têm orientado aqueles cujo capital de giro é insuficiente para conter as altas taxas de juros do mercado. Planos de pagamentos mais flexíveis e a manutenção de pontas de estoque são os principais ingredientes da receita dos grandes e médios lojistas para manterem suas margens de lucratividade.

"Prova disso é o crescimento gradativo da utilização do cartão de crédito desde do início de janeiro", disse Campanatti. Ele afirmou que o cartão tem sido responsável por 60% do volume de vendas ao mês, enquanto que o crédito direto ao consumidor tem tido uma participação de 30%. As compras à vista, segundo Campanatti, são responsáveis por apenas 10% do volume total de vendas.