



Concessionárias de veículos em Brasília: para presidente do sindicato, pesaram facilidade do crediário, juros mais baixos e prazos de pagamentos maiores

# Crédito fácil e juro menor fazem vendas aumentarem

Flávia Lima

Os brasileiros compraram 1,9 milhão de veículos no ano passado. Um aumento de 12,4% em relação a 2005. Essa foi a média nacional, divulgada esta semana pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea). Mas os indicadores do Distrito Federal são ainda maiores. O crescimento das vendas de carros de 2006, com dados até novembro, foi 25% maior que em 2005.

Esse não é um dado isolado. As primeiras informações sobre o comércio em dezembro, divulgadas pelo Sindivarejista, indicam aumento nas vendas. Na semana que vem, dados mais completos devem ser fechados.

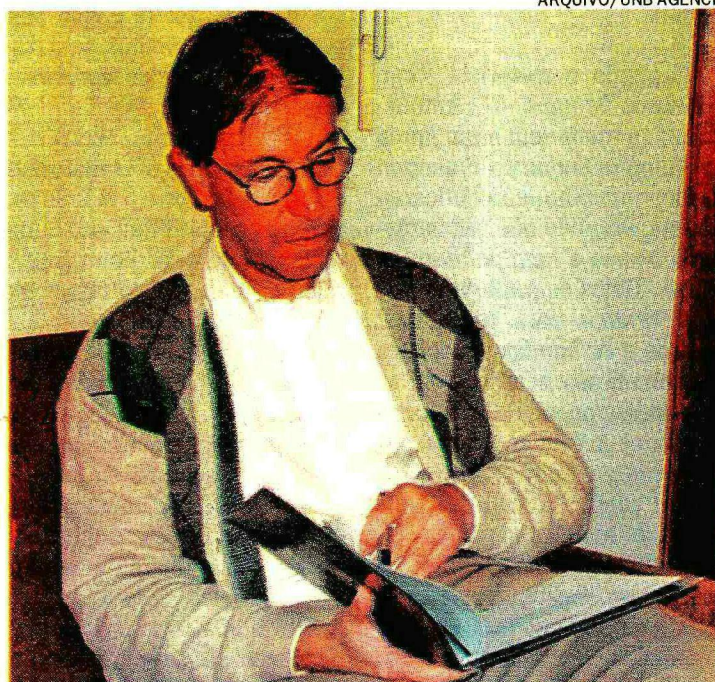
O comportamento do comércio não traduz necessa-

riamente maior prosperidade. Roberto Piscitelli, professor de economia da Universidade de Brasília, explica o crescimento do consumo dos brasilienses pela expansão do crédito e pela menor taxa de juros de financiamentos de automóveis.

Mesmo assim, o presidente do Sindicato dos Concessionários e Distribuidores de Veículos Autorizados do Distrito Federal (Sincodiv-DF), Édson Maia, comemora.

– Dezembro foi um ótimo mês. Contando com ele, acho que passamos dos 25% de aumento – afirmou.

As razões para o crescimento das vendas são muitas. Para o presidente do Sincodiv, trata-se de uma combinação de fatores: facilidade do crediário, juros



ARQUIVO/UNB AGÊNCIA

Piscitelli: queda da inflação interferiu no aumento do consumo

mais baixos, ampliação da linha de crédito e prazos de pagamentos maiores.

– Tudo isso permitiu que muitos brasilienses financiassem um carro. Hoje é possível comprar um automóvel e pagá-lo em até 72 parcelas, em seis anos – disse Maia.

A arquitetura e a formação de Brasília, na opinião de Maia, também favorece o consumo de veículos. – Brasília é uma cidade muito grande. Tudo é distante. O serviço público de transporte é ruim, as pessoas precisam de carro – afirmou.

Não foram apenas os veículos que venderam mais este ano. Segundo dados do Sindicato do Comércio Varejista do Distrito Federal (Sindivarejista), o crescimento das vendas para o Natal de 2006 foi de 6,8%, em relação ao mesmo período de 2005. Os brasilienses gastaram em média R\$ 65 com presentes de Natal. Em 2005, o gasto médio não passou de R\$ 59. A maior parte das compras foi feita a crédito.

– As facilidades de pagamento estimularam as pessoas a assumir financiamentos – disse o economista Piscitelli.

De acordo com o professor, a queda da inflação também interferiu no aumento do consumo.

– Se o consumidor tem segurança em relação à manutenção de um valor das prestações, à estabilização dos preços de outros itens de consumo, fica mais disposto a assumir dívidas por prazos mais longos – explicou.

Apesar das formas de pagamento hoje impulsionarem o consumo, Piscitelli lembra que a redução do desemprego em

**As vendas de carros subiram 25% no DF, enquanto a média de todo o país mostrou aumento de 12,4%**

Brasília e o aumento salarial dos trabalhadores no ano passado foram tímidos. Não seriam suficientes para aumentar as condições de compra da população.

– O mercado traz uma euforia artificial para a população. Induz as pessoas a aumentarem o consumo e, assim, se dividirem exageradamente – disse o professor. E completou: – Essa sensação de euforia com o aumento das vendas de determinados produtos exerce uma influência psicológica, estimula as pessoas a comprarem mais do que podem pagar.