

COMÉRCIO CARIOCA VENDEU MENOS 3,8% EM FEVEREIRO

O comércio lojista da Cidade do Rio de Janeiro vendeu menos 3,8% em fevereiro em relação ao mesmo mês de 2018. É o segundo resultado negativo do ano (janeiro registrou menos 3,2%). Os dados são da pesquisa Termômetro de Vendas divulgada mensalmente pelo Centro de Estudos do Clube de Diretores Lojistas do Rio de Janeiro – CDLRio, que abrange cerca de 750 estabelecimentos comerciais da Cidade. No acumulado do ano (janeiro/fevereiro de 2019) em comparação com o mesmo período de 2018 as vendas caíram 3%. Em comparação com o mês anterior (janeiro) o índice foi de menos 4,1%.

A pesquisa mostra também que todos os setores do Ramo Mole (bens não duráveis) e do Ramo Duro (bens duráveis) apresentaram resultados negativos. Os que tiveram as maiores quedas no faturamento no Ramo Mole foram: tecidos (-4,3%), Calçados (-3,6%) e Confecções (-3,3%) e no Ramo Duro (bens duráveis) Óticas (-6,8%), Móveis (-5,7%), Joias (-4,9%) e Eletrodomésticos (-3,8%). A venda a prazo com menos 5,5% e a venda à vista com menos 1,5% foram as formas de pagamento preferidas pelos consumidores.

Também o faturamento das lojas conforme a localização dos estabelecimentos foi negativa. No Ramo Mole (bens não duráveis) as lojas da Zona Norte venderam menos 3,5%, as da Zona Sul menos 2,7% e as do Centro menos 1,4%. No Ramo Duro (bens duráveis) as lojas do Centro, da Zona Sul e da Zona Norte venderam menos 7,5%, 5,3% e 2,7%, respectivamente.

De acordo com Aldo Gonçalves, presidente do CDLRio, normalmente fevereiro é um mês fraco em termos de vendas. “É um mês curto (este ano teve apenas 24 dias úteis de vendas) e tem as férias, quando muita gente viaja. Além disso, é também nos dois primeiros meses do ano que recaem diversos pagamentos de impostos como IPVA, IPTU e matrícula escolar. Mas o resultado negativo refletiu mais uma vez a crise econômica do Estado do Rio de Janeiro, com alta do desemprego, a crescente violência, o aumento desregrado da camelotagem, também os principais responsáveis pelo fechamento de mais de 10 mil estabelecimentos comerciais na Cidade e mais de 25 mil em todo o Estado”, explica.

Ele destaca também que a violência urbana na cidade vem prejudicando bastante a atividade. “Para se ter ideia o comércio gastou R\$ 1,8 bilhão com segurança o ano passado. Isso poderia ter sido investido na ampliação dos negócios, como novas lojas, reformas, treinamento de pessoal, gerando mais empregos e renda. Só assim os lojistas poderão transformar esse vultoso gasto, que representa uma considerável parcela do seu faturamento, em investimento na melhoria e no crescimento dos negócios, beneficiando toda a cadeia produtiva do comércio”, conclui Aldo Gonçalves.

TERMÔMETRO DE VENDAS

VENDAS ACUMULADAS COMPARADAS NO MESMO PERÍODO DO ANO ANTERIOR

