

153 Comércio faz o caminho inverso

MAYSA PENNA

"As pessoas estão com medo de gastar. Todo mundo está com medo. Hoje elas não entram na loja nem para perguntar o preço." O desabafo de Elza Lopes, gerente da L'art — Modas Masculinas, do Shopping Center Ibirapuera — dá bem uma idéia do panorama das ruas e centros de comércio de São Paulo: calçadas cheias de jovens em férias e lojas vazias. "Este é o pior janeiro dos últimos seis anos", diz Meire Marani, gerente da loja de tênis Clé. "Dinheiro as pessoas ainda têm, mas elas já estão racionalizando as compras, levando apenas o necessário".

A anunciada retração de demanda já está sendo sentida pelo comércio, sobretudo naqueles segmentos onde os preços já foram aumentados, como o de bebidas. "O consumo caiu muito, faltam produtos nos supermercados e o que tem não está girando", diz Paulo Sérgio Ernandes, diretor de Marketing da Martini & Rossi. Além, de janeiro ser um mês de férias, o "brutal aumento de preços" das bebidas está afastando os consumidores. Ernandes não arrisca uma previsão exata do mercado para este ano, mas sabe que será menor que o de 86, "apresentando, talvez, um pequeno aumento com relação a 1985".

Nas lojas especializadas, a venda de bebidas caiu de 50% com relação

a dezembro, movimento considerado típico do período, diz o gerente do Depósito Normal, Fernando Ferreira Teixeira. Mas caso não haja bom senso na liberação dos preços, a baixa será acentuada a partir de março, atingindo todas as marcas nacionais, e estrangeiras, segundo o gerente da Casa Ricardo, Benjamin Kuschnir.

O que acontece, na opinião de Nelson Barrizzelli, diretor do grupo Susa (lojas Sears e Ultralar), é que estamos percorrendo o caminho inverso do ano passado: a demanda de

bens mais caros ou supérfluos (como carros e bebidas) já está em processo de retração. Num segundo momento, os eletrodomésticos e eletroeletrônicos serão os atingidos — "ainda há uma demanda reprimida destes produtos, que não pode ser satisfeita por falta de produtos em novembro e dezembro" — diz ele, o que deverá acontecer a partir de abril. Finalmente, a corrosão do poder de compra forçará uma queda generalizada, que se estenderá até mesmo à alimentação.

Mas se a demanda reprimida se-



Benedito Salgado

As vitrinas, arrumadas, não atraem os consumidores

ria capaz de sustentar níveis razoáveis de venda neste mês, a falta de produtos está se encarregando de antecipar o quadro negativo que o comércio certamente viverá a partir do segundo trimestre do ano. No setor de tecidos e confecções, a queda de vendas é de 50% em relação a dezembro, quando o normal seria de 20 a 30%, segundo o presidente do Sindicato do Comércio Atacadista de Tecidos Confecções e Armarinhos de São Paulo, Pedro Rando. "Nunca tivemos dinheiro sobrando no banco como agora. O que queremos é mercadoria", diz ele.

Nos contatos que tem tido com os comerciantes, Rando diz que sente um nítido clima de pessimismo quanto ao desempenho deste ano. Apesar disso, alguns conseguem manter o otimismo. O presidente da CID tecidos, Mírcio da Cunha Rego Miranda, reconhece uma tendência de queda, mas acha que o ano será bom, "apesar de não contarmos com a euforia de consumo do ano passado". A sobrevivência em 87, para ele, dependerá de competência. Mas para o presidente da Jeans Store e do Clube dos Lojistas do Shopping Center Iguatemi, Raul Sulzbacher, "estamos às vésperas de um caos generalizado". O comércio vive, hoje, um clima de "salve-se quem puder, confiando em que Brasília encontre uma saída honrosa para essa situação".