

Reação positiva do mercado

ECON. BRASIL

Mais de quatro anos depois de ter colocado em prática um rigoroso programa de estabilização baseado no câmbio fixo e na abertura econômica, a Argentina ainda enfrenta o problema do alto preço dos serviços. Ao contrário do que ocorre com os bens que podem ser importados — cujos preços internos tendem a se alinhar rapidamente aos internacionais quando o mercado doméstico é aberto à concorrência externa —, os serviços, em geral livres da competição vinda de fora do país, podem continuar a subir mesmo quando a inflação está em queda. Na Argentina, eles de fato subiram muito depois do Plano Cavallo, e não baixaram.

Também no Brasil ocorreu o fenômeno da alta acentuada dos preços dos serviços depois da chegada do Real, pois os fornecedores mantiveram a prática dos tempos de inflação galopante, de remarcações freqüentes. Por causa disso, foram os preços dos serviços que mais pressionaram o custo de vida da classe média paulistana.

A Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) da Universidade de São Paulo tem números expressivos a esse respeito. Entre julho de 1994 e julho deste ano, enquanto o Índice de Preços ao Consumidor da Fipe variou 37,2%, a alimentação fora do domicílio subiu 60,4%, o aluguel ficou 248,4% mais caro em média, os serviços pessoais aumentaram 119,3%, os serviços médicos subiram 71,8% e as matrículas e mensalidades escolares tiveram alta de 59,1%.

Se não houvesse nenhuma reação do mercado, é provável que esses preços continuassem a subir, como acontece na Argentina. Felizmente, porém, não está se repetindo aqui o que aconteceu lá. Já há sinais de que os preços dos serviços começam a baixar — ou, pelo menos, a subir menos. Na última medição concluída

ÍNDICE

135

pela Fipe, referente à terceira quadrissemana de agosto, para uma inflação média de 2,04%, a alimentação fora de casa subiu apenas 1,55%, mesma variação detectada para as matrículas e mensalidades escolares. A variação do aluguel ainda está alta, de 10,4%, mas é menor do que a registrada em julho, de 12,4%.

Três fatores parecem ter tido papel decisivo no comportamento dos usuários, de resistir à alta dos preços dos serviços. Em primeiro lugar, a adaptação relativamente rápida do público a um ambiente de inflação muito baixa. Se, nos tempos de inflação alta, o público acabava aceitando qualquer preço, pois não tinha mais noção do que era barato ou caro, depois do Real foi ficando cada vez mais difícil ao comércio, à indústria e também aos fornecedores de serviços fazer remarcações.

No caso dos serviços, que tiveram a vantagem de não sofrer a concorrência direta dos importadores, fato que propiciou os aumentos captados pela Fipe, ocorreu um fenômeno interessante: muitas famílias de classe média, beneficiadas pela queda da inflação, puderam viajar para o Exterior e constatar que, lá fora, muitos preços, sobretudo os de restaurantes e de vestuário, estão em média mais baixos do que aqui. Por isso, procuraram reduzir essas despesas no País.

Tal corte foi, além disso, forçado pelas medidas que o governo tomou para encarecer o crédito. Quem tinha dívidas passou a ter dificuldades maiores para pagá-las e viu-se obrigado a cortar outras despesas, a começar por aquelas que o próprio consumidor ou usuário já estava pensando em reduzir. Reportagem publicada pelo jornal **O Estado de S. Paulo** mostra que donos de restaurantes, lavanderias e tinturarias já reduzem seus preços para tentar atrair o cliente que fugiu. É a lei de mercado funcionando no País, e num segmento que parecia ter condições de fugir dela.