



Centrais se unem
Metahírgicos da CUT e FS farão campanha salarial conjunta. Página 7

O ESTADO DE S. PAULO

E & NEGÓCIOS Economia

TERÇA-FEIRA, 10 DE SETEMBRO DE 1996

Caminho do crescimento

Gustavo Franco, do BC, sugere dobrar ou triplicar a abertura. Página 13



Deflação atinge todos os ramos do varejo

Índice da Federação do Comércio paulista aponta queda generalizada de preços

MÁRCIA DE CHIARA

As vendas do comércio iniciaram setembro perdendo o fôlego, o que levou a uma deflação em praticamente todos os setores do varejo — queda generalizada nos preços. Na primeira semana do mês, o Índice de Preços do Varejo (IPV) recuou 1,69% em relação a igual período de agosto e 1,43% sobre a última semana do mês passado. Na média das últimas quatro semanas, o IPV caiu 0,64%, na comparação com o período imediatamente anterior. Os números são da Federação do Comércio do Estado de São Paulo.

A maior queda de preços, de 2,44% no índice semanal, foi registrada no grupo de bens semiduráveis (vestuário, tecidos e calçados), por causa da queima do estoque de inverno. Em seguida, estão os bens duráveis (eletrodomésticos e móveis), cujos preços baixaram 1,29% na semana, sobretudo pela guerra de prazos e taxas de juros entre os grandes magazines.

Também o grupo de artigos não-duráveis, que reúne os produtos de higiene, limpeza, alimentos e medicamentos, registrou queda de 1,19% nos preços. Somente as cotações dos materiais de construção não baixaram no IPV semanal. Mas o aumento foi de apenas 0,06%.

Queda nas vendas — A queda generalizada nos preços reflete o menor movimento do comércio. Nos cinco primeiros dias do mês, as vendas no crediário caíram 2,3% em relação ao mesmo período de agosto e os negócios à vista recuaram 1%, segundo a Associação Comercial de São Paulo (ACSP). "Houve um arrefecimento nas vendas por causa do feriado de

7 de Setembro, que foi sábado", diz Emílio Alfieri, economista da ACSP. "O sábado responde por 30% do faturamento da semana, mas isso não significa que o mês vá fechar com essa taxa."

Na comparação com os mesmos dias de 95, houve desaceleração nas vendas. As consultas ao Serviço de Proteção ao Crédito — vendas a prazo — aumentaram 27% neste mês sobre setembro de 95, depois de fechar agosto com crescimento de 44,9% sobre o ano anterior.

As consultas ao Telecheque, indicador das vendas à vista, ficaram praticamente estabilizadas nos cinco primeiros dias do mês sobre igual período de 95. Em agosto, as consultas ao Telecheque fecharam o mês com acréscimo de 12,9% sobre o mesmo período de 95.

A Lojas Cem, por exemplo, confirma a retração nas vendas, apesar de ter ampliado recentemente, de 18 para 24 meses, os prazos do crediário. Na primeira semana de setembro, a rede faturou 9% menos do que em agosto e 12% mais na comparação com setembro de 95. A expectativa da empresa era de repetir em setembro o desempenho do mês passado e ampliar em 30% os negócios sobre 95.

Calendário — O diretor-comercial do Magazine Luiza, Eldo Moreno, diz que as vendas em setembro estão 20% acima do mesmo período do ano passado, mas 5% abaixo de agosto.

Pelo fato de setembro ter três dias úteis a menos do que agosto, o mês deve fechar com retração nas vendas, afirma Moreno. "Sentimos nesta semana que o consumidor está mais sensível a promoções."

Para Alfieri, setembro deve ser um mês mais fraco por causa do calendário. Na sua opinião, a média diária de vendas deve se recuperar nas próximas semanas, contrabalançando o recuo registrado no início do mês.

VENDAS APRESENTAM CRESCIMENTO MENOR

