

JORNAL DO BRASIL Momento de mudança

Economia - Brasil

3* SET 1997

ADIVAL RABELLO*

No momento em que o governo, os empresários e toda a população têm feito um enorme sacrifício, dado tudo de si, na busca de atingir o objetivo de reduzir a inflação a patamares inferiores aos que já conseguimos com o Real, é inadmissível o comportamento das montadoras da indústria automobilística, querendo reajustar seus preços, e altamente louvável o das revendedoras, que não estão aceitando o aumento nas tabelas para os modelos 98.

Em um país onde se paga um preço muito alto para compra de um carro, o que esperávamos é que estas mesmas montadoras, que foram protegidas de concorrência por muitos anos, fossem, agora, gradualmente ajustando seus processos de produção, de forma a viabilizar seguidos cortes nas tabelas, até atingirmos preços internacionais. Não agindo desta forma, todos devem se associar ao comportamento das revendedoras, fazendo pressão e buscando caminhos para poder dar suas contribuições.

A população deve adiar o projeto de compra de um carro novo, fazendo boicote para provocar o conseqüente crescimento dos estoques das fábricas. O governo pode contribuir muito, não representando uma intervenção indesejada no mercado, mas utilizando os inúmeros mecanismos de que possui.

Tenho escutado muitas idéias e, apesar de parecerem discussões sobre jogos de futebol, onde todos são técnicos, de algumas conversas pude destacar:

1) A possibilidade de redução dos impostos

que incidem diretamente sobre os produtos, desde que os mesmos valores sejam repassados para o consumidor e que, em contrapartida, um aumento de produção seja negociado, de forma a garantir a manutenção da quantidade de empregos, o mesmo patamar de arrecadação para o governo e o mesmo faturamento para as montadoras, que poderiam até conseguir maior lucro, em função de economia de escala.

2) O governo poderia facilitar os mecanismos de crédito e viabilizar a redução dos juros, ou criar mecanismos compensatórios (quem não lembra do CDC do final da década de 60, início de 70, quando era possível abater os juros na declaração de imposto de renda?)

3) As classes econômicas diretamente envolvidas, com o apoio do governo, poderiam incrementar ainda mais os esforços que vêm fazendo, no sentido de trazer para o país o maior número possível de novas montadoras, aumentando a competição e as alternativas de escolha do consumidor.

4) Podemos desenvolver um amplo debate na sociedade, de forma a viabilizar a revisão dos encargos sociais que fazem o custo dos operários ser, para as empresas, mais que o dobro do que eles recebem.

É óbvio que a lista de sugestões é infindável e que todas elas precisam ser, ou já estão sendo, ou já foram, analisadas – ninguém tem a pretensão de inventar a roda. Entretanto, queremos chamar a atenção para a oportunidade do momento, que se configura totalmente diferente de tudo que estávamos acostumados a ver na imprensa, com uma mudança radical de comportamento das re-

vendedoras, levantando uma bandeira que beneficia o consumidor, completamente diferente de estarem nas páginas dos jornais como cobradoras de ágio.

Todas as teorias e técnicas da micro ou macro economia já são bastante conhecidas e dominadas por muitos. O que na maioria das vezes faz a diferença entre uma ação fracassada, com resultados pífios ou uma vitoriosa, é o momento de mudança da estratégia ou táticas que estão sendo aplicadas.

No embalo do movimento iniciado pelas revendedoras, todos que tiverem como participar, independentemente do nível social ou de poder, devem procurar seus meios de contribuir e fazer pressão. Assim, o processo se desenvolve e a onda vai crescendo, envolvendo outro setores de atividades, como já está acontecendo também com relação às empresas de transportes aéreos, que estão sendo forçadas na redução dos preços das passagens.

Em plena revolução da informação, quando ficou muito mais fácil saber os preços que são praticados na maioria dos países para seus produtos e serviços, deve haver uma reação de todos, não aceitando pagar, em nosso país, duas ou três vezes o valor praticado internacionalmente.

Este momento de mudança de comportamento pode provocar uma reação em cadeia, que viabilize resultados de curto prazo, trazendo as desejadas transformações que todo cidadão brasileiro sempre sonhou, de ter os mesmos produtos e serviços pelos mesmos preços que são praticados fora do Brasil.