

A CRISE SEM FRONTEIRAS Juros reduzem compras a prazo e fim de ano vira suspense

Um Halloween no Natal

DANIELA KRESCH

Juros altos, financiamentos proibitivos, crédito encolhido. O roteiro de um filme de terror para varejistas às vésperas do Natal. Quem poderia imaginar, há apenas um mês, que o comércio teria que enfrentar mais esses monstros – além da terrível inadimplência? Mas o tempo não volta, as bolsas já caíram e os juros, subiram. Dedos cruzados, a esperança dos lojistas é que esses indesejado *Halloween* se dissipe a partir deste fim de semana.

Eles têm dois motivos para o otimismo. O primeiro: este é o primeiro feriado depois da distribuição dos contracheques de novembro e da primeira parcela do 13º salário. O segundo: depois do susto, acreditam que os consumidores vão perceber pouco mudou nos preços e os juros não são tão feios como se pinta.

“O aumento das taxas acaba não influenciando os lojistas que vendem produtos com valor agregado baixo (mais baratos) e que usam cheques pré-datados para vender a prazo”, informa Luiz Alberto Quinta, superintendente do BarraShopping. “Mas quem não informar os clientes disso não vai conquistar a simpatia e o dinheiro deles”, retruca Jeovani Vaz, gerente da Vila Romana do shopping Rio Off Price, em Botafogo. É por isso que a Vila Romana, que vende roupas femininas e masculinas, começou a anunciar nos jornais na quinta-feira para explicar que, pelo menos lá, preços e prazos de pagamento não mudaram.

Muitos consumidores corroboram essa lógica. “Quem mais sofreu com o aumento dos juros foram o mercado imobiliário, as lojas de eletrodomésticos e as concessionárias de automóveis, que vendem produtos mais caros e com crédito de financeiras. As roupas não ficaram mais caras”, diz o auditor da Receita Federal Luiz Ricardo Mattos, 32 anos, que comprou um terno de R\$ 150 na Vila Romana. Apesar do discurso – e por via das dúvidas –, Luiz Ricardo nem pensou em pagar a roupa a prestação: “Só compro à vista”, decreta.

Sofrimento - Não é o mesmo discurso da dona-de-casa Ana Luzia Vieira Fernandes, 36 anos, que não titubeou em comprar um filmadora Panasonic em dez pagamentos na Arapuã do BarraShopping. Os juros? Seis por cento ao mês. “Pobre gosta de sofrer aos poucos”, ri. Na lógica de Ana Luzia, a queda nas bolsas não a atinge: “Não tenho dinheiro em ações”, argumenta. Os juros aumentaram, ela entende, mas não o suficiente para afastarem de seu tão almejado sonho de consumo. “Há dois meses essa filmadora custava R\$ 1.200. Hoje custa R\$ 800. Vou comprar assim mesmo”, bate o pé.

O gerente de banco Marcus Safadi Pinheiro, 31 anos, é bem mais cuidadoso. Resolveu comprar um ar-condicionado – artigo que considera de primeira necessidade às vésperas do verão carioca –, mas não sem antes pesquisar em todas as lojas de eletrodomésticos que encontrou pela frente. Achado o modelo e o preço, nem pensou em abrir um crediário para o produto que vale R\$ 450. Se de uma vez só era pesado, a compra foi feita com quatro cheques pré-datados sem juros. “Não compro com crediário”.

O mesmo não diz a vendedora Jaqueline Maia Pinto, 20 anos, que não descarta os carnês quando compra algo mais caro. Na mesma loja em que Marcus comprava seu ar-condicionado, o Ponto Frio do BarraShopping, Jaqueline esperava na fila para pagar a prestação de um armário comprado há três meses. “Compraria à prestação de novo e vou. Vai ser um fogão, daqui a umas duas semanas”, informa.

Jaqueline não mudou de planos com o aumento dos juros. Mas muitos mudaram. Tanto que o número de fichas para abertura de crediário no Ponto Frio do BarraShopping caiu 30% em outubro. A média diária era de 130 fichas. Caiu para cerca de 90.

Mas novembro será outra história, sonham os lojistas. Para eles, o Natal ainda tem salvação. “Temos que trabalhar contra a imagem de que os preços ficaram muito maiores. O alarme foi exagerado”, acredita Orlando Ribeiro, gerente de vendas da concessionária Tania, revendedora General Motors e Chevrolet.