

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
Herbert Victor Levy – Presidente
Luiz Fernando Ferreira Levy – Vice-Presidente

Paulo Roberto Ferreira Levy
Henrique Alves de Araújo
Roberto de Souza Ayres
Reynaldo Miranda de Abreu
Benjamin Constant Correa Junior

GAZETA MERCANTIL

TERÇA-FEIRA, 9 DE DEZEMBRO DE 1997

Economia - Brasil

Planejar exige novos cuidados

Assim que o governo editou o último conjunto de medidas, de ordem econômica e fiscal, tomou conta do mercado a sensação generalizada de que o ano de 1998 seria um período recessivo para todos os tipos de atividade, em qualquer ramo e de qualquer porte.

No entanto, aos poucos vão aparecendo evidências de que os prognósticos sobre desempenho econômico já não podem mais ser feitos como antigamente, quando as altas taxas de inflação apagavam qualquer nuança diferenciadora no mundo empresarial; de fato, quando o governo continha as rédeas, todo o mercado era afetado negativamente, com poucas variações de setor para setor. Um ex-ministro costumava dizer até que era fácil para o governo produzir uma recessão, o difícil era domá-la depois de iniciada. Nunca se sabia onde iria parar.

Hoje em dia os analistas e observadores da conjuntura econômica precisam de maior sofisticação e detalhamento nos seus métodos de trabalho para aferir com maior clareza os efeitos que as medidas governamentais podem ter em cada ramo em particular, pois a generalização exagerada enfrenta o risco de orientar as empresas para decisões estratégicas equivocadas, das quais acabam resultando perdas de oportunidades ou de fatias de mercado.

Nessa linha de raciocínio publicamos em nossa edição de ontem extensa reportagem voltada especificamente para a indústria de alimentos, tentando avaliar quais os prognósticos prevalecentes dentro

desse ramo e os possíveis efeitos da alta de juros e de outras medidas nessa importante atividade.

Como vimos, embora existam opiniões diferentes a respeito das possibilidades de crescimento global da indústria de alimentos em 1998, elas, na verdade, se baseiam muito mais nas características dos mercados atendidos por diferentes empresas do que nos efeitos gerais das ações do governo. Quanto a esses efeitos, a maioria dos entrevistados acredita que não modificarão significativamente as perspectivas que já

Cada ramo de atividade terá efeitos diferenciados das medidas do governo

se vinham formando antes mesmo do chamado “pacote” fiscal.

O motivo mais citado para que esse setor não manifeste grande receio de recessão ao longo do

próximo ano é que a alta dos juros não chega a afetá-lo diretamente, pois a vasta maioria das vendas é feita a vista, ou seja, não acarreta custos financeiros para o consumidor final. Esse fator poderá ter um efeito indireto, através dos custos de financiamento de estoques, de capital de giro e de investimentos das empresas. Mas, ainda assim, esse efeito dependerá de como ela distribui internamente esses custos e de como os administra, dada a inconveniência de repassá-los pura e simplesmente para o consumidor, como se fazia antigamente.

“Ninguém está registrando cancelamento de pedidos ou alguma mudança de rumo depois do pacote”,

opina Denis Ribeiro, coordenador do departamento econômico da Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos (Abia). A questão de como se comportará o conjunto do setor no ano que vem dependerá muito mais da variação da massa de salários, do nível de emprego e da própria capacidade de cada empresa de reduzir seus custos, modificar linhas de produtos, racionalizar a distribuição, enfim, das providências capazes de preservar seus preços finais ou até reduzi-los em comparação com a inflação prevista.

Por aí se vê que o presumível “aperto” da economia alcançará mais ou menos, ou não alcançará, cada empresa, pelo menos nesse ramo, em função muito mais das políticas que ela adote do que das medidas que o governo tomou.

Acreditamos que em muitos outros setores o mesmo tipo de análise, de programação e de estratégia deva ser formulado. O fato, por exemplo, de diversas negociações trabalhistas estarem objetivando mais a preservação do emprego do que aumentos salariais, e de muitos preços continuarem em queda, pode resultar na manutenção do poder aquisitivo da massa salarial total – ou até em pequeno aumento, dependendo da variação dos preços. Nesse caso, a eventual queda de vendas estimada para o ano que vem pode não se concretizar ou acontecer em escala muito menor do que se antecipa. O fato é que o inconveniente de programar passos maiores do que as pernas pode ser igual ao de subestimar o crescimento do mercado e perder posições junto a ele.