

# Estabilização redentora

CONSUMIDOR QUE INGRESSOU NO MERCADO COM A QUEDA DA INFLAÇÃO DEVE DECIDIR NA URNA A REDENÇÃO DO PAÍS

EDMUNDO KLOTZ

Um dos melhores momentos para observar a ciclotimia do caráter nacional é durante o período eleitoral. Nem sempre o brasileiro vota com racionalidade, o que impede o Brasil de se redimir de suas crises. Chegar à redenção da estabilização econômica foi, sem dúvida, uma grande conquista, que não se sabe se será mantida após o pleito presidencial. O País empenhou-se durante este século em construir seu destino por meio dos surtos de industrialização inseridos entre as duas grandes guerras, os períodos de euforia desenvolvimentista dos anos JK e da fase do milagre brasileiro, entremeados com ciclos de desaceleração econômica e a perda da década de 80.

Nessa década, diante das grandes transformações do cenário internacional, o País começou a dar-se conta de que não mais podia ficar preso à doutrina da reserva do mercado e do elitismo de consumo, mantido por uma inflação galopante e excludora. Tem início a abertura da economia com o rebaixamento unilateral das tarifas alfandegárias, seguida pelo desenvolvimento concreto do intercâmbio comercial com o Mercosul, que quase quadruplicou as trocas nacionais com parceiros co-

merciais da região.

Tais fatores configuraram a modernização estrutural do mercado brasileiro e de seus setores produtivos pela busca da redução de custos e aumento da produtividade por causa do aumento da competitividade pelo consumidor. Não se pode negar, no entanto, que o grande fator da aceleração desse processo de modernização foi a estabilização da moeda. Com a estabilidade econômica, nos primeiros dois anos e meio do Real, o mercado interno antes reprimido pelo imposto inflacionário sobre as classes de baixa renda experimentou um crescimento acentuado pela incor-

poração de 15 milhões de consumidores, que passaram a ter poder aquisitivo.

Nos primeiros 30 meses do Plano Real, dados

da Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação demonstram que o consumo de lácteos cresceu 46%; de biscoitos, 45%; de cacau e chocolate, 33%; de bebidas e de refrigerantes, 25%; evidenciando que os novos consumidores passaram a adquirir produtos antes proibitivos para seu poder aquisitivo. A demanda reprimida de mais de 30 anos de inflação chegou a ser tão forte que obrigou o governo a elevar juros para desacelerar o consumo em meados de 96. No ano passado, o mercado

acomodou-se, pois, com inflação baixa e nível de atividade econômica menor, a renda contraiu-se e o mercado entrou em ritmo mais lento.

Neste ano, embora o desemprego tenha recrudescido, principalmente nos grandes centros urbanos por causa do redesenho industrial das empresas, decorrente do incremento da tecnologia e busca de maior produtividade e competitividade, a economia brasileira passa a apresentar indiscutivelmente outra moldura após os quatro anos de estabilização. E, nas áreas rurais, a busca de mão-de-obra passa a existir, não atendendo às necessidades da demanda.

Nos últimos quatro anos, o PIB cresceu 17,2% e o PIB per capita, 10,9%. A indústria de alimentos, como um todo, cresceu 17,6% na produção física. Neste mesmo período, ocorreu uma mudança estrutural de consumo no País, induzida pelo aumento de produtividade e competitividade de um mercado estabilizado, em que as refeições rápidas, tanto no lar como fora dele, ganharam espaço. Tanto que o setor, em 97, foi o que mais cresceu na indústria de alimentação. E o consumo de pratos prontos aumentou 143%, entre 95 e 97. Este consumidor fez crescer a demanda por microondas e freezers e, em 96 e 97, as vendas foram de 2,8 milhões de aparelhos de microondas e 1,4 milhão de freezers.

País com crônicos proble-

mas na área da saúde, o Brasil possui, hoje, 42 milhões de pessoas cobertas com planos de saúde, havendo um potencial para atingir 100 milhões nos próximos cinco anos, mantidas as condições de estabilidade da economia. Em outros setores, a expansão é igualmente significativa. A indústria automobilística, de 94 a 98, comercializou 6,8 milhões de unidades, e as vendas de microcomputadores quintuplicaram nos últimos sete anos, passando de 360 mil, em 1990, para 1,82 milhão em 97. O número de celulares também se expandiu, de 600 mil em 1994 para os 4,5 milhões atuais.

Todos estes números configuram uma mudança estrutural no comportamento do consumidor brasileiro, proporcionada pela estabilização econômica de reduzidos quatro anos, com aumento da qualidade de vida de parcela substancial da população brasileira, especialmente a de menor poder aquisitivo. A despeito das reformas do Estado estarem caminhando mais lentamente do que o ideal, minimizando o potencial de crescimento do mercado consumidor, certamente os novos consumidores que ingressaram no mercado pela estabilização da economia devem decidir na urna se o Brasil tem ou não redenção.

■ Edmundo Klotz, empresário, é presidente da Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (Abia)

**Produção física da indústria de alimentos cresceu, nos últimos quatro anos, 17,6%**