

Boicote é alternativa

Na opinião dos analistas, os consumidores têm um forte aliado, além da recessão em que o país mergulhará, no combate à volta de uma inflação galopante: seu poder de compra. A socióloga Maria Teresa Monteiro, diretora da consultoria Retrato, afirma que, no que depender da classe média, a tendência é o boicote a produtos que tiverem seus preços reajustados para patamares fora do orçamento.

“Para a família de classe média, a capacidade de planejar gastos é a maior conquista do Plano Real. Esses consumidores já estão em pânico e fugirão de tudo que estiver caro, principalmente os importados”, avalia Maria Teresa. Não é teoria de sociólogo: há 12 anos à frente da Retrato, nos últimos quatro traçou o perfil da classe média para um sem-número de empresas.

O aumento do preço dos importados modifica hábitos desses consumidores, mas Maria Teresa não vê nenhum sacrifício. “A classe média passou a comprar mais importados, mas não era uma compra deli-

berada. Os produtos de fora ganhavam espaço desde que o preço coubesse no orçamento e tivesse crivo internacional de qualidade”, diz.

A socióloga acredita até mesmo que a vontade de defender o poder de compra, a capacidade de planejamento e a estabilidade dos preços será tão grande que é provável que a classe média rejeite até mesmo produtos nacionais que subam de preço – o que pode pressionar os comerciantes e os fabricantes a reverem tabelas antes que os primeiros aumentos contaminem outros setores da economia.

Essa é uma das apostas de Márcia Quintsler, chefe do Departamento de Índices do IBGE. Sem contar a recessão, que para o economista Márcio Pochmann, do Centro de Estudos Sindicais e da Economia do Trabalho (Cesit), da Unicamp, poderá retrair o Produto Interno Bruto (PIB) em 2% este ano e se prolongar por mais de um ano – o que ajuda a derrubar o poder aquisitivo e tira o consumidor do campo das compras. (F.B.)