

# Queda, a perspectiva para o comércio

por Pedro Cafardo

Nenhum fator especial justifica otimismo quanto às perspectivas de vendas do comércio no curto e médio prazos. Ao contrário, consideradas as condições atuais, pode-se prever uma queda de faturamento, em níveis reais, durante a segunda metade do ano e, provavelmente, durante todo o ano de 1984.



Osmar Domingues

Esta foi a principal conclusão do grupo de trabalho que analisou os resultados do setor comercial e suas perspectivas durante o II Colóquio Multi-setorial. Não faltam, na verdade, segundo a observação dos participantes, razões para preocupações por parte dos empresários do comércio. A contenção salarial, por exemplo, aumentou com a entrada em vigor da nova legislação (Decreto nº 2.045) a partir de 1º de julho, segundo a qual os reajustes passaram a ser fixados com base num percentual equivalente a 80% do INPC.

Com a nova legislação salarial, haverá certamente novas retrações nos níveis de consumo de produtos duráveis, semi-duráveis e não-duráveis. Nem mesmo alimenta-se qualquer ilusão de que as vendas possam ser estimuladas via crédito direto ao consumidor, fórmula utilizada com

especial sucesso na década passada. As taxas de juros desses financiamentos, por razões de política econômica que levam em conta o problema do estrangulamento externo do País, permanecem elevadas de forma a desencorajar os consumidores a comprar a prazo.

Além desses dois fatores — os salários e os juros —, como observou Osmar Domingues, da Federação do Comércio do Estado de São Paulo, um dos participantes do grupo de trabalho do II Colóquio, juntam-se outros dois de igual influência negativa. As aplicações em poupança, de um lado, foram novamente estimuladas com a criação das cadernetas com rendimento mensal. De outro lado, os reajustes das prestações da casa própria foram determinados este ano em nível muito superior ao da variação dos salários. Juntos, esses dois novos fatores devem influir bastante na redução da parcela livre direcionada ao consumo.

Diante dessas perspectivas, os participantes do grupo não têm nenhuma esperança de que o faturamento do comércio em geral possa repetir este ano o crescimento real observado no ano passado. Os mais recentes dados conhecidos sobre as vendas do comércio, da Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista, do Conselho de Desenvolvimento Comercial, do Ministério da Indústria e do Comércio, mostram que o aumento de vendas reais já era praticamente nulo no primeiro quadrimestre deste ano. O Indicador de Nível de Consu-

mo (INC), que mede o comportamento das vendas nas seis principais capitais brasileiras, revelou no primeiro quadrimestre uma ligeira expansão de 0,1% quando comparado com igual período do ano passado.

Esse número, na verdade, mostra a incrível rapidez com que o comércio vem sendo atingido este ano pela retração de vendas. Ao final do ano passado, o INC apresentava um crescimento de 6,5%.

O professor Juracy Gomes Parente, da Fundação Getúlio Vargas, orientador técnico do grupo de trabalho, lembrou que existe "uma certa perplexidade" ante os resultados do comércio varejista no ano passado diante do nível recessivo em que está mergulhada toda a economia. Parte da resposta a esta perplexidade, entretanto, pode ser encontrada na análise dos resultados de alguns importantes setores do comércio cujas vendas aumentam a níveis muito expressivos e pesam sensivelmente no resultado geral.

As vendas de veículos, por exemplo, aumentaram cerca de 23% no primeiro semestre deste ano em São Paulo, segundo os dados da Federação do Comércio, nível verificado no faturamento das concessionárias em quase todo o País. O próprio INC do primeiro quadrimestre, caso dele seja excluído o segmento das concessionárias, muda da taxa de 0,1% positiva para 3,0% negativa. O principal fator estimulante das vendas de veículos foi, sem dúvida, o incentivo da redução do IPI para os

táxis a álcool, com vistas à renovação da frota.

O comércio de bens duráveis cresceu 4,7% em termos reais no primeiro semestre deste ano. Esse crescimento, pela análise de Osmar Domingues, é decorrência da manutenção, ainda que já bastante atenuada, de uma tendência que se iniciou em meados do ano passado: céticos com a possibilidade da queda da inflação, os consumidores foram levados a antecipar compras, principalmente de eletrodomésticos.

Tendência quase inversa verifica-se no setor de semi-duráveis, que inclui calçados, tecidos e vestuários. O seu faturamento real caiu 2% no primeiro semestre.

As lojas de calçados, na verdade, não foram atingidas pela retração de vendas. No primeiro semestre deste ano expandiram ainda seu faturamento em 11,9% em valores reais. Esse comportamento decorre do lançamento de linhas populares de calçados, como os de plásticos injetável e de lona.

No setor de não duráveis, nota-se um contínuo crescimento das vendas dos supermercados (3,8% no primeiro semestre). Naturalmente, esse desempenho é explicado pela essencialidade dos bens comercializados.

Particularmente retraídas, entre os não-duráveis, estão as vendas de farmácias e drogarias, que caíram 7,7% no primeiro semestre. Osmar Domingues acha que essa retração tem origem no aumento excessivo dos preços de remédios.