

O comércio, ainda operando no vermelho.

O verão e o carnaval não foram suficientes para aquecer as vendas do comércio. A possibilidade levantada por alguns industriais de a economia estar retornando seu crescimento foi descartada pelos comerciantes paulistas. "Estamos ainda operando no vermelho", afirmou Murad Salomão Saad, presidente do Sindicato dos Lojistas. "Enquanto não houver controle sobre o processo inflacionário, é impossível se falar em retomada da economia".

Essa declaração pode ser confirmada com os dados de venda apresentados pelo Clube dos Diretores Lojistas. O resultado no mês de fevereiro foi considerado caótico: queda de 14,7%. Comparado ao mês de janeiro — 16,7% —, esse resultado, entretanto, evidencia certa tendência de redução de queda, o que segundo Solimeu Maciel, diretor do Instituto Econômico Gastão Vidigal, "está longe da falada recuperação".

As causas para a recessão do comércio, Maciel encontra em apenas quatro itens: política salarial, desemprego, inflação e preço dos alimentos. Explica que com o aumento de 325%, a alimentação passou a fazer forte pressão sobre o orçamento familiar: "O cidadão para comer foi obrigado a deixar de lado o consumo de outros bens".

Tanto isso é verdade que um dos segmentos mais atingidos pela crise é o setor de bens duráveis. No mês de fevereiro o ramo ótica, jóia e relógios apresentou queda de 32%; ferragens, -22%; móveis e decorações, -23,7% e eletroeletrônicos, -12,9%. Esse último item só não apresentou pior resultado graças ao grande volume de venda de ventiladores. No segmento de bens não-duráveis destaque de queda foi dado ao ramo de calçados: -16,4%. Para o setor de tecidos e confecções a queda foi menor, -6,1%, devido à movimentação do verão.

Pesquisa mais abrangente, envolvendo os setores alimentação e veículos, foi feita pela Federação do Comércio de São Paulo, sem que no entanto se observasse grande discrepância de resultados. Graças ao bom desempenho de venda de autopeças e acessórios a Federação acusou, no mês de janeiro, resultado menos drástico do que o apresentado pelo Clube dos Lojistas: queda de 8,96%.

Segundo Abram Szajman, presidente da Federação e do Centro do Comércio do Esta-

do de São Paulo, esses dados revelam que as dificuldades continuam. Entende que as causas dos problemas enfrentados pelo comércio continuam inalteradas: baixo poder aquisitivo, altas taxas de juros e restrição ao crédito. Entre os dados da pesquisa, Szajman destacou alguns itens mais significativos, como o ramo das concessionárias de veículos, que depois de um ano de bom desempenho voltou a dar mostras de declínio nas vendas: o faturamento de janeiro ficou 35,8% abaixo do obtido no mesmo mês de 1983.

Shopping

A considerar o crescimento de venda conseguido pelo Shopping Center Iguatemi em 1983 — 25,43% — pode-se dizer que a crise não chegou ao Jardim Paulista. Porém, como diretor do departamento de operações, responsável por esse cálculo, Fernando Kwasnicka faz questão de frisar que esse resultado não é representativo do comércio paulista.

— Temos um movimento atípico. Como trabalhamos com uma faixa da população de renda média alta não sofremos as intempéries da economia. Nossa público é muito fiel e isso garante bons resultados de venda. Enquanto o comércio, como um todo, está abaixo da expectativa de crescimento, nós trabalhamos acima dessa expectativa, com curva de venda estupidamente crescente.

Assim como o resultado alcançado pelo Shopping Iguatemi não pode ser considerado representativo do setor comercial, também o movimento observado no SPC — Serviço de Proteção ao Crédito — não deve ser usado como referência de consumo. Marcel explica que o maior número de consultas a esse serviço nos últimos meses se deve principalmente a uma maior requisição por parte das instituições financeiras, que antes de aprovar um financiamento passaram a utilizar os serviços do SPC:

— O que não se pode afirmar é que esses financiamentos estejam sendo canalizados para o consumo. Não se pode descartar a possibilidade de o empréstimo estar sendo utilizado para o pagamento de velhas dívidas. É preciso lembrar também que, com a presença do computador, o SPC passou a atender maior volume de consultas, o que não quer dizer incremento de consumo.