

Liquidações e promoções atenuam queda de demanda registrada em fevereiro

por Claudia Izique
de São Paulo

Os resultados das vendas de fevereiro deverão acentuar a tendência de desaceleração de demanda no comércio varejista em São Paulo, sem contudo comprometer gravemente o desempenho do setor, já que o consumo esteve estimulado por liquidações e promoções.

No setor de eletroeletrônicos, os resultados das vendas poderão ser negativos, com exceção daquelas relativas aos itens TV e vídeo, segundo o economista Marcel Solimeo, diretor do Instituto de Economia Gastão Vidigal da Associação Comercial de São Paulo (ACSP).

Apesar da reação de vendas na última semana — o que poderá atenuar uma estimativa de queda de 30% nas vendas em relação a janeiro —, o setor de semiduráveis, notadamente têxteis e vestuário, deverá fechar fevereiro com resultados negativos, de acordo com Solimeo.

Mas a desaceleração foi setorizada e alguns ramos de atividades deverão obter resultados positivos.

É o caso do setor de alimentos que, de acordo com estimativas da Federação do Comércio do Estado de São Paulo (FCESP) teriam aumentado suas vendas em fevereiro, se continuar a tendência de formar estoques registrada em janeiro.

Em fevereiro, mantém-se em queda o volume de consultas ao Serviço de Proteção ao Crédito (SPC).

"As vendas a prazo são impossíveis", diz Solimeo. Inversamente, crescem as consultas ao Serviço de Consultas de Cheques, o que não pode ser tomada como medida de aumento de vendas e sim de utilização do cheque como meio de pagamento. "O dinheiro no bolso não vale nada", completa o diretor do Instituto de Economia Gastão Vidigal. Além de substituto do dinheiro, o cheque parece também ocupar o espaço das vendas realizadas mediante pagamento com o cartão de crédito.

As vendas de fevereiro, irregulares e até certo ponto setorizadas, não compõem um quadro otimista para o comércio.

As expectativas são de quedas ainda maiores no mês de março. Contudo, estes resultados já estavam previstos. "A nossa preocupação em relação ao período entre as eleições e a posse do novo governo era ainda maior", diz Solimeo.

O grande temor era o descontrole inflacionário, a

fuga de ativos financeiros e um movimento de "prevenção contra o congelamento", informa Solimeo. "Hoje, o comércio não está mais trabalhando com este cenário. Esta preocupação parece superada", diz. "A fuga de ativos ocorreu dentro do sistema e acabou sendo benéfica", complementa, numa referência à transferência de recursos do curto prazo para a caderneta de poupança, antes do carnaval. Mas ele faz questão de lembrar que "o mercado é ciclotímico" e não sugere avaliações definitivas.

A desaceleração nas vendas do comércio é sensível, desde outubro do ano passado, principalmente quando comparadas com o "movimento febril de demanda", entre os meses de abril e setembro. Os resultados do mês de janeiro deste ano, aparentemente, sinalizam uma retomada em relação a janeiro do ano passado. Uma referência todavia pouco precisa — exatamente neste período foi implantado o Plano Verão — registrando queda de vendas e por isso considerada atípica pelo comércio.

A tendência de redução dos negócios, agora, se acentua e com uma intensidade difícil de ser avaliada pelo uso diversificado dos deflatores. "O ideal seria deflacionar pelos índices específicos, que estão disponíveis com atraso", diz o diretor do Instituto de Economia da ACSP que se utiliza dos dados do Clube dos Diretores Lojistas de São Paulo, deflacionados pelo Índice Geral de Preços (IGP).

Desde meados do segundo semestre do ano passado, as empresas operam com baixo nível de estoques, reduzindo custos e, ao mesmo tempo, "aumentando com isso seu poder de barganha com as indústrias", afirma Solimeo. "Mas isto é circunstancial e pode mudar em março." De qualquer forma, o setor prefere guardar margem de segurança, "prudência e cautela". Atualizam preços, aceleram giro com liquidações e promoções ou então "remarcam". "A estratégia é trabalhar com cautela e diversificar o risco", diz Solimeo.

Prevalecem ainda expectativas com relação às medidas econômicas do futuro governo, política de preços e salários e a tributação. "Há uma conta grande a ser paga", lembra Solimeo.

Segue abaixo o comportamento das vendas de janeiro no comércio varejista da região metropolitana de São Paulo.