

Supermercados enfrentam retração de 20% nas vendas

14

LEDICE ARAÚJO

Os empresários de supermercados nunca conviveram tão apreensivos com a queda no movimento de vendas, em índices que variam de 24%, 17% e 20% de março para cá. Mesmo as promoções mais agressivas não apresentam a mesma receptividade do consumidor e, para dificultar as coisas, a pequena rentabilidade no mercado financeiro não chega a compensar as perdas. Para administrar sem sequelas a nova situação, as principais empresas estão adotando três alternativas principais: redução dos custos, racionalização das compras e controle dos gastos.

Mas a retração do consumidor afeta também outros setores do comércio, em índices até maiores e os motivos são semelhantes: a queda dos salários, o temor das demissões e estímulo ainda pequeno à poupança. Os últimos dados da Federação do Comércio do Estado do Rio (abril) mostra por, exemplo, que em relação ao ano passado, as lojas de departa-

mento registraram uma baixa de 49,1% nas vendas; as de calçados, de 42% e de veículos, 31,8%. O movimento de maio deve ser fechado esta semana mas, levando em consideração as queixas dos comerciantes, os técnicos da Federação prevêem um desempenho semelhante até junho.

— A queda de venda nos últimos dias compara-se a do início do Plano Collor, segundo informações levadas ao Secretário Nacional de Economia. Ele reconhece que os salários, as demissões e a poupança são os fatores principais que concorrem para o fato. Como este quadro deve permanecer, sua expectativa é a de que a demanda continuará reprimida este mês, o que desestimulará aumentos exagerados dos produtos liberados. Com exceção do frango que deve subir 50%, João Maia acredita que os aumentos deverão ficar no patamar de 10%.

— As pessoas costumam gastar quando estão tranquilas quanto ao salário e emprego. Não havendo isso, a tendência é a poupança como prevenção. A indústria e o comércio vão ter que administrar isso. Daí a gente

espera a baixa dos preços. Não existe uma retração sem a estabilização do nível de economia.

O Secretário admitiu que a maior pressão altista no setor de alimentos ocorreu devido à baixa produção e quebra-de safra. Os dados levantados nos supermercados do Rio mostram que a carne de primeira, liberada em junho, subiu 175% desde março, assustando o consumidor que correu atrás da carne de segunda. O recuo, segundo João Maia, já trouxe reflexos esta semana: os preços se estabilizaram e as promoções voltaram aos supermercados. Quanto ao feijão, que aumentou 153%, ele admitiu que a questão só deverá ser minimizada com a nova safra de novembro. A banana está 450% mais cara mas, com a sazonalidade, os preços tendem a baixar.

A exceção de queda de consumo só se registra nos derivados de trigo. As vendas de massas, biscoitos e pão subiram 25%, dado que, segundo o Presidente do Sindicato Nacional das Indústrias de Trigo, Antenor Leal, deve-se ao preço congelado e a alta de outros produtos básicos.