

Um janeiro não tão negro como anunciado

Foto de Elisa Franco

A previsão de que este janeiro seria negro, feita insistentemente no último trimestre de 1990, não deve se confirmar. O desempenho das vendas nesta primeira quinzena do mês tem sido razoável e, em alguns casos, surpreendentemente bom, dizem empresários.

O Vice-Presidente da Du Loren Lingerie, Natan Argalgi, e o Diretor de Marketing da Faet, Orlando Junior, prevêem aumento de 10% nas vendas do mês, em comparação com o mesmo período de 1990. O Diretor de Marketing da União Fabril Exportadora (UFE), Gilberto Rabello, é outro que comemora as vendas:

— E a maior carteira de pedidos que temos em quatro meses.

O comércio, que vinha trabalhando com estoques baixos, foi surpreendido pelo aquecimento das vendas de Natal e entrou em janeiro com prateleiras vazias. As empresas compraram tão pouco em dezembro que agora precisam se reestocar. Para os mais otimistas, como Orlando Junior, o mês pode ter começado cinzento, mas acabará cor-de-rosa.

O Diretor Comercial da Casa Garson, Paulo Kresch, também não acredita que as vendas serão tão ruins como se propalou. Ele observa que em geral as vendas caem nessa época, mas aposta em uma demanda por produtos sazonais, como aparelhos de ar condi-

cionado, refrigeradores e freezers. A Garson ainda não fez novas encomendas às indústrias, mas sua expectativa é de que os preços subam acima da inflação.

Em São Paulo, porém, há pessimismo. O Vice-Presidente da Associação Comercial, Renato Cury, está preocupado porque o setor vendeu 20% menos nos primeiros 11 dias do ano. As concessionárias de automóveis temem a descapitalização e Mauri Missaglia, proprietário da Transan Veículos, revela que perdeu Cr\$ 30 mil ao fechar um negócio, só para não ficar com o carro estocado.

No Rio, começam a faltar produtos. No Ponto Frio, por exemplo, o consumidor não encontra alguns modelos de geladeiras, fogões e televisores — na semana passada, a loja da Tijuca não dispunha de um único aparelho de TV. O Diretor Comercial da empresa, Albert Arar, admite a escassez, mas assegura que os estoques estão sendo repostos.

As indústrias estão mantendo a indexação informal de seus preços à inflação. E garantem que suas tabelas deste mês exibem reajustes em torno de 20%. Mas aqui e ali saltam reclamações de aumentos exagerados. Gilberto Rabello, da UFE, denuncia que nos últimos 20 dias o preço do sebo e do óleo de babaçu, insumos do sabão em pedra, subiram 30% e 80%, respectivamente.



No Rio, lojas como as da rede Ponto Frio estão desabastecidas, em função do aquecimento inesperado das vendas