

Vendas despencam depois do dia 15

142

MARIZA CAVALCANTI

SÃO PAULO — O comércio está sendo obrigado, especialmente nos últimos seis meses, a conviver com vendas escassas nas segundas quinzenas. Segundo o Diretor do Instituto de Economia da Associação Comercial de São Paulo, Marcel Solimeo, o fenômeno começou a se registrar desde que a recessão se aprofundou, dificultando aos assalariados a aquisição de bens ao longo de todo o mês.

As pessoas procuram concentrar os gastos na primeira quinzena, quando o salário recebido é usado para os compromissos mais urgentes e, se possível, ao consumo — frisou.

Apesar das pesquisas sobre conjuntura desenvolvidas pela Associação Comercial darem uma amostragem mensal, o que impede de se ter números sobre os reflexos deste comportamento, Solimeo garante que o volume de cheques sem fundos registrado pelo Serviço de Proteção ao Crédito tem sido superior na segunda quinzena.

Na Federação do Comércio do Estado de São Paulo, a sondagem qualitativa mensal com 1.600 empresas da região metropolitana também indica queda nas vendas durante a segunda quinzena. O Superintendente Técnico da entidade, Antônio Carlos Borges, acha que o aquecimento do consumo nos primeiros 15 dias acontece porque o pagamento de salários é considerado pelos trabalhadores como um evento "que deve ser comemorado".

O Shopping Interlagos é um exemplo da concentração das vendas na primeira quinzena. Em suas lojas, desde março, 65% das vendas ocorrem neste período, registrando a partir daí negócios distribuídos regularmente ao longo dos dias seguintes até completar o mês.

Leonel Tinoco Neto, economista do Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios de São Paulo, que abriga os pequenos supermercados, observa que, para atrair os consumidores entre os dias 15 e 30 de cada mês, os supermercadistas estão aceitando todos os tipos de vale-refeição e cheques pré-datados.