

A indústria do verão suou, mas não vendeu nada

LIANA MELO e
ANDREA DUNNINGHAM

O verão 92 "micou". É com essa triste realidade no bolso que grandes e pequenos empresários entram neste primeiro fim-de-semana de outono. Biquínis, sorvetes, refrigerantes, cerveja, nada escapou do encalhe. Beber até cair, hoje, pesa tanto no bolso que as vendas de cerveja despencaram 25% no primeiro bimestre do ano. Que o diga o dono do Petisco da Vila, que se viu dando desconto em pleno carnaval e agora vive a ressaca dos cheques sem fundos que recebeu.

Até quem gosta de sorvete está economizando: 90% das pessoas pedem só uma bola, enquanto no verão passado 50% pediam duas. Motivo? Falta dinheiro. No caso de bronzeador, o encalhe é geral. A diretora da Divisão de Cosméticos da Schering Plough, Dulce Silva Pinto,

admite um encalhe de 200 mil unidades de Coppertone, cujos preços são proibitivos: um frasco, fator 30, custa Cr\$ 32 mil.

A recessão tirou o ganha-pão dos ambulantes da praia. Há dias em que ganham menos do que os gastos com almoço e passagem de ônibus. Sérgio Ferreira do Nascimento, que vende biquíni em Ipanema, só teve prejuízo: no verão inteiro, vendeu apenas 35 peças, que lhe renderam uma comissão de módicos Cr\$ 21 mil.

E até a poderosa Coca-Cola se rendeu à queda de consumo, admitida com discrição por seus executivos: investiu US\$ 3,5 milhões (Cr\$ 6,5 bilhões pelo câmbio paralelo) na aquisição de um plano de previdência da seguradora Prever que garante aos cem ganhadores do "Mesadão", com sorteio no "Domingão do Faustão", uma contribuição mensal de Cr\$ 150 mil, por dez anos, corrigidos mensalmente.