

Presidente
Herbert Victor Levy

Luiz Fernando Ferreira Levy
Paulo Roberto Ferreira Levy
Luiz Fernando Cirne Lima

GAZETA MERCANTIL

Quarta-feira, 25 de março de 1992

DIRETORIA
Diretor-Presidente
Luiz Fernando Ferreira Levy
Diretores Vice-Presidentes
Henrique Alves de Araújo
Roberto Müller Filho
Roberto de Souza Ayres
José Andretto Filho

Página 4

Há sinais de que, com a queda da inflação, apesar de ela permanecer em patamares ainda muito elevados, a economia vai ajustando-se a uma nova realidade. Não são poucos os exemplos de empresas que, para reverter a queda de vendas, têm estabilizado ou, mesmo, reduzido os preços, comprometendo-se a reajustá-los com parcimônia. Espera-se, assim, uma retomada progressiva da demanda, excessivamente deprimida nos dois primeiros meses do ano e que se apresenta ainda bastante fraca também em março.

É importante notar que esse esforço de recuperação é sincronizado entre o comércio e a indústria. Não se trata das tradicionais liquidações ou promoções diversas de que os varejistas se valem para movimentar os negócios em períodos de declínio de vendas. O que se observa, agora, é a busca de um entrosamento entre fornecedores e comerciantes com vistas a oferecer produtos a preços mais atraentes para o consumidor.

A não ser no caso específico da indústria automobilística, o governo não participa des-

sas negociações, embora tenha criado o ambiente para que elas floresçam. Ao eliminar os controles de preços, que hoje, depois da liberação dos preços dos cigarros, limitam-se, no setor privado, a alguns medicamentos, as autoridades possibilitaram que as empresas, de acordo com seus próprios critérios, recuperassem suas margens de lucro com relação a produtos diversos. Isso teve, naturalmente, um custo inflacionário, mas abriu caminho para o entendimento em uma segunda fase, já que as margens não são estáticas, dependendo diretamente do volume de vendas.

Em consequência, antigas disputas entre varejistas e fornecedores em torno de preços e prazos de pagamento têm sido superadas por acordos de comercialização. Tornou-se comum, por exemplo, a concessão de descontos por parte dos fornecedores ao comércio para assegurar pedidos. De seu lado, os estabelecimentos comerciais, não mais temerosos de congelamento de preços, têm-se mos-

Baixar preços e produzir mais

trado cada vez mais propensos a renunciar a "margens de proteção".

Uma reação positiva do consumidor diante da moderação dos reajustes de preços é condição necessária para reverter a deterioração das condições de emprego, que já atinge níveis dramáticos. De fato, com a redução de 186 mil postos de trabalho em fevereiro, a taxa de desemprego na Região Metropolitana de São Paulo chegou a 13,1%, a mais alta marca mensal dos últimos sete anos, segundo pesquisa da Seade/DIEESE. Os últimos dados da FIESP, relativos à segunda semana de março, indicam uma certa melhora, com menor número de demissões no setor industrial. De qualquer forma, não nos parece que a situação possa ser resolvida a médio prazo, embora possa vir a ser amenizada.

De imediato, acreditamos que se houver um entendimento entre o governo e a indústria automobilística, pelo qual os impostos sobre automóveis venham a ser reduzidos —

sendo o benefício repassado ao consumidor —, esse segmento industrial, com um conhecido efeito multiplicador sobre a economia, poderá concorrer muito para a reativação, sem repercussões inflacionárias. Trata-se, portanto, de uma solução que interessa a toda a sociedade neste momento.

Outro fator de vital importância é a entrada da safra que agora está começando. A propósito, este jornal publicou uma informação muito significativa: as vendas de caminhões pesados no mercado interno atingiram no primeiro bimestre deste ano 35,8% da comercialização global de caminhões. As razões para isso são explicadas com clareza por dirigentes das fábricas: há empreendedores que se equiparam com antecipação para o transporte da produção agrícola. Além da garantia de carga, é possível hoje comprar um caminhão pesado com 35% de desconto sobre o preço de lista.

Acreditamos estar aí, nesses dois elementos — aumento de produção e queda de preços —, a saída para as dificuldades que hoje enfrentamos.