

# Consumo pode crescer, mas será contido pela recessão

por Nora Gonzalez  
de São Paulo

O horizonte de investimentos para os brasileiros está se encolhendo e a concentração acontece em volta dos ativos reais e de boa liquidez. Mas não está descartado um aumento do consumo — embora contido pela dimensão da crise econômica e da recessão.

Essa é a opinião do diretor da Associação Comercial de São Paulo, Marcel Solimeo, e do presidente da entidade, Lincoln Pereira da Cunha. “Não dá para medir em porcentagem, mas a expectativa de alteração nas regras econômicas com a CPI tem reflexos sobre a inflação”, disse Cunha. “O consumidor pode tentar antecipar compras se achar que a instabilidade vai continuar”, diz Solimeo. O governo, no entanto, ainda detém dois poderosos instrumentos para limitar o consumo: a política de juros altos e a colocação de títulos públicos no mercado. “O pior é a indefinição do processo”, diz Solimeo.

Nos primeiros vinte dias de junho já houve um ligeiro aquecimento nas vendas, medidas pelo Telecheque (consultas feitas para compras a vista) e pelo SPC (para pagamento a crédito). No primeiro caso, houve acréscimo de 56,18%, comparado com maio, e no segundo 10,81%. Os números, no entanto, devem ser analisados com reservas, pois a greve de ônibus no mês passado prejudicou sensivelmente as vendas do comércio.

O presidente da Federação do Comércio do Estado de São Paulo, Abram Szajman, confirmou que o setor continua operando dentro da normalidade e que a recessão e as altas taxas de juro impedem qualquer movimento especulativo com estoques, relatou a repórter Luci Moraes.

A opinião é compartilhada pelo presidente da Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (ABAD), Ruy Carlos Silva.

“Ninguém vai aumentar as encomendas sem a perspectiva de crescimento das vendas”, destacou, negando qualquer espaço para um movimento especulativo. De acordo com a sua estimativa, o setor atacadista deve fechar junho com resultado de vendas semelhante ao registrado em maio, mas que, em termos reais, será entre 10 e 12% inferior ao obtido em igual mês de 1991.

“Qualquer movimento especulativo com preços ou estoque é inibido pela retração do consumo e pelos altos custos financeiros”, acentuou o vice-presidente de comunicação da Associação Paulista de Supermercados (Apas), Firmino Rodrigues Alves. Ele prevê que o segmento tenha em junho um aumento real de vendas entre 6 e 7% na comparação com maio. Entretanto, esse número está abaixo das estimativas traçadas inicialmente a partir dos reflexos positivos que o aumento do salário-mínimo traria no consumo.