

Crédito mais amplo não anima empresas do varejo

por Nora Gonzalez
de São Paulo

O fim do contingenciamento ao crédito não deverá ter maiores reflexos sobre as vendas no varejo, uma vez que a responsabilidade pela retração na comercialização a prazo cabe, segundo os empresários, à elevada taxa de juro — e o Banco Central já sinalizou que não deverá haver recuo no custo do dinheiro (ver página 20).

As lojas de produtos importados poderão acusar um ligeiro aumento nas vendas com cartão de crédito, uma vez que agora será possível parcelar as compras pelo crédito rotativo, mas não haverá incremento significativo. "No nosso setor, a maioria quita seus débitos no vencimento do cartão, pois é preciso ter coragem para pagar 45% de juros ao mês", disse Rubens Caporal, proprietário da Casa Prata.

A Salute, que acusa queda de 50% no faturamento de junho comparado com o mesmo mês do ano passado, prevê mais vendas mediante cartão. "O problema é a taxa de juro", diz José Dias de Almeida, diretor administrativo da Salute.

Já para aqueles que aspiram a um crediário em lojas como o Mappin, as próximas prestações poderão ser ligeiramente inferiores, graças à redução do IOF de 1 para 0,5%, que diminui o custo do financiamento. "A redução do IOF e o fim do contingenciamento foram positivos, mas o crédito ainda está inibido", afirma Sérgio Orcioulo, gerente de promoção do Mappin. Segundo ele, a recessão é tão grande que muitas financeiras não estavam sequer alcançando o limite de financiamento, isto é, tinham mais dinheiro para emprestar do que consumidores interessados em tomá-lo.

O Mappin, que vende 40% de seus itens a prazo, iniciou

o pagamento de duas vezes sem juros com cheque pré-datado, no lugar do cartão da própria empresa. "A medida é para agilizar as operações, mas nos próximos dias poderemos voltar a usar o cartão", explica Orcioulo.

A Arapuã, segundo disse o gerente de relações públicas João Alberto Ianhez, não espera aumento nas vendas a crédito. "Falta acréscimo de demanda", diz. O mesmo acontece em lojas de departamentos.

Segundo disse o diretor-superintendente do Plaza Eldorado, Nuno Santoro Dias, o reflexo será mínimo. Para ele, falta ainda elevar o poder aquisitivo da população e reduzir o custo do dinheiro.

Para o presidente da Federação do Comércio do Estado de São Paulo, Abram Szajman, "começamos um período mais de observação do que de implementação da liberação do crédito, mas a medida só será importante se os juros caírem". Mesma opinião tem o presidente da Associação Comercial de São Paulo, Lincoln Pereira da Cunha. Segundo ele, as novas medidas e a permissão de abertura de novos grupos de consórcio deverão beneficiar as vendas de veículos, principalmente.

No setor de supermercados, as opiniões são as mesmas. Para o presidente do Sincovaga, que reúne os pequenos estabelecimento, Wilson Tanaka, as novas medidas deverão facilitar ligeiramente o crédito que, por sua vez, alavanca as encomendas da indústria e garante o nível de emprego, empurrando o consumo para níveis um pouco mais elevados.

Para o diretor da Associação Paulista de Supermercados (Apas), Omar Assaf, o reflexo é indireto. "Quem comprar a crédito poderá ter sobra de caixa para gastar no seu dia-a-dia", diz.