

# Concorrência força marcha à ré nos preços

**De 525 itens pesquisados pela Fipe, 32,28% não tiveram reajuste ou até ficaram mais baratos**

MARCELO REHDER  
e MÁRCIA DE CHIARA

**I**ndústria, comércio e prestadores de serviços começam a abrir mão de parte das margens de lucro e a cortar preços ou readjustar contratos abaixo da variação dos índices inicialmente estipulados, pressionados pela retração nas vendas, queda do dólar e avanço da concorrência. A marcha à ré nos preços já foi captada pelos índices de inflação no atacado. Só na semana passada, dois importantes indicadores de preços da Fundação Getúlio Vargas (IGP-M e IGP-DI), nos quais as cotações do atacado respondem por 60%, apontaram deflações históricas. Era o que faltava para que o Comitê de Política Monetária (Copom) do Banco Central (BC) optasse pela redução de 0,5 ponto porcentual na taxa básica de juros (Selic), hoje em 26% ao ano.

A retração de alguns preços deu uma trégua para o orçamento das famílias, cuja renda está em queda há alguns anos. Levantamento da consultoria Rosenberg & Associados mostra que o movimento de queda dos preços ganha força. Dos 525 itens pesquisados no Índice de Preços ao Consumidor (IPC) da Fipe, 32,28% apresentaram variação nula ou negativa na segunda prévia deste mês. Em janeiro deste ano, essa fatia era bem menor, de 13,9%.

Um exemplo da marcha à ré nos preços é o do pãozinho francês. Um dos itens que mais subiram com a valorização do dólar no período de 12 meses até maio (45,85%), segundo o IPC-Fipe, o preço do pãozinho caiu, em média, 0,52% nos últimos 30 dias. Em alguns casos, o tombo é bem maior do que a média captada pelos índices.

Na padaria Nova Brasília, de São Caetano do Sul, na região do ABC paulista, por exemplo, o pãozinho custava R\$ 0,25 na sexta-feira, 16,6% menos do que há um mês (R\$ 0,30). "Resolvemos baixar os preços depois que o consumo caiu 30% em apenas três meses", explica o proprietário, Antonio Carlos Henriques, também presidente do Sindicato da Panificação do Grande ABC. Nesse período, o preço da farinha de trigo, que é importada, recuou 10%.

No setor de serviços, importante termômetro do poder aquisitivo da população, a redução dos preços é ainda maior. No Hotel Maksoud Plaza em São Paulo, por exemplo, o preço das diárias sofreu cortes que superam 30%. Um apartamento de categoria superior, que custava R\$ 269 em fevereiro, sai hoje por R\$ 180. Segundo o diretor comercial do Maksoud Plaza, Paulo Patullo, o hotel teve de reduzir preços para se adequar à nova realidade do mercado, que tem oferta excessiva. A ociosidade média do Maksoud este ano supera 70%.

**Computador** – O avanço das empresas informais, que integram o chamado mercado cimza no segmento de informática, e o efeito da queda do dólar fizeram com que os fabricantes de equipamentos cortassem seus preços. A Semp Toshiba Informática já baixou os preços de computadores pessoais em até 8% desde o início do ano. Segundo o diretor de Vendas, Celso Soares, os preços devem recuar mais nos próximos meses por causa da queda do dólar. O resultado é que as vendas da empresa cresceram 24% este ano, ante 6% do mercado.

Nem sempre a iniciativa de redução dos preços parte da indústria. Em boa parte dos casos, a disputa entre as grandes redes varejistas é que resulta em guerra de preços. Os supermercados baixam o preço de produtos de uso obrigatório no dia-a-dia das famílias para atrair consumidores. A

esponja de aço, por exemplo, ficou 3,67% mais barata nos últimos 30 dias, segundo a Fipe. Não foi por outro motivo que as vendas cresceram 7% em apenas dois meses. "Essa redução aconteceu graças ao varejo, que abriu mão de suas margens", diz o ge-

rente de Marketing da Bombril, Fábio Avari. Segundo ele, a empresa aumentou em 6% o preço do produto este ano.

O efeito da entrada da safra

agrícola no mercado também está derrubando preços de alimen-

tos que eram apontados como vi-

lões da inflação até pouco tempo.

O tomate, que havia acumulado alta de 47,86% em 12 meses até maio, devolveu mais da metade desse aumento (25,57%) só nos últimos 30 dias. Problemas climáticos de excesso de chuvas afetaram a produção, que começa ago-

ra a se normalizar com a chega-

da da nova safra.

Outro produto básico, cujo preço inicia trajetória de queda, é o açúcar. Após acumular alta de 71,04% em um ano, o item caiu 0,57% na segunda quadrissemana de junho. Segundo o diretor

da Usina Pioneiros, Celso Torquato Junqueira Franco, a entra-

da da safra, que começou no mês

passado e vai até novembro, asso-

cida ao recuo do dólar, começo-

a empurrar a cotação para baixo.

■ Mais informações nas páginas 3 e 4