

Empresários não levam a sério ameaças de controle de preços

Consultor diz que todo mundo sabe que o governo não tem estrutura para fiscalização

WANISE FERREIRA

O presidente Itamar Franco pode se dar por contente. Não é todo governo que consegue insinuar por diversas vezes a possibilidade de preços novamente controlados sem causar uma reação nervosa no mercado, com corridas por tabelas novas e preços defensivos. "O empresário tem consciência de que para um controle efetivo o governo precisa de pelo menos dois anos para montar uma estrutura adequada", diz Alberto Mathias, da consultoria Austin Asis.

Para Gil Pace, da GPC Consultoria, o movimento preventivo ocorreu em setembro e outubro e de lá para cá os agentes econômicos trabalharam com uma "gordura" nos preços. "O que pode acontecer agora é acabarem as promoções da indústria", ressalta.

Mas, se os preços não subiram como o previsto logo após as declarações de membros do governo sobre controle de preços, a indexação da economia continua mantendo a inflação em níveis altos. Com algumas surpresas ruins para o consumidor, como a coleção outono—inverno de vestuário.

"O preço estará nas alturas e vai afetar os índices de inflação de abril e maio", afirma Pace. Segundo o presidente do Sindicato do Comércio Atacadista de Tecidos e Vestuário,

Jorge Hamuche, os preços dos produtos da cadeia têxtil já vêm subindo de 10% a 15% acima da inflação. Para abril, a expectativa é de que as mercadorias cheguem às lojas com preços até 14% acima do que aponta a tendência de alta do custo de vida.

Se depender dos supermercados, não haverá margem para remarcação preventiva nem repique inflacionário. O principal motivo é a guerra de preços na concorrência, segundo o vice-presidente da Associação Paulista de Supermercados (Apas), Firmino Rodrigues Alves. Acirraram esse quadro as recentes inaugurações como a do Hipermercado Extra, do Grupo Pão de Açúcar, na Via Anhangüera, e também do Cândia, na Zona Norte.

"Estamos vendendo determinados produtos, que chamam pessoas para a loja, por até 25% abaixo do custo", observa. São, em geral, produtos básicos, como arroz, feijão, óleo de soja e até cerveja, cujas promoções atraem o público masculino. Alves diz ainda que a indústria, por sua vez, manteve reajustes médios de 27% em março e esse mês já acenou com reajustes de até 29%. No caso dos alimentos, os aumentos devem ficar por volta de 27%. Na área de higiene e limpeza, em 28,5%.