

As vendas caem, mas não a renda

As empresas, ao contrário de seus funcionários, têm conseguido driblar a inflação e diminuir seus prejuízos. "Com recessão profunda e inflação persistente, todos os setores sobreviveram e continuam de pé", afirma Célio Lora, da consultoria Price Waterhouse.

O setor de higiene e limpeza, por exemplo, que em 1989 teve um aumento de vendas de 25% e uma rentabilidade sobre o patrimônio de 6%, conforme os dados da Price, no ano seguinte sofreu uma queda de vendas de 20% mas aumentou a lucratividade, chegando a 20%. Em 1991, o resultado de vendas foi negativo em 10% e a rentabilidade permaneceu positiva, em 5%. Para esse caso, há três hipóteses: uma alta liquidez que tivesse garantido bons rendimentos no mercado financeiro; uma boa administração empresarial ou poder de pressão para garantir o reajuste dos preços. "A liquidez do setor não é alta", disse Lora. Restam portanto as duas alternativas, com a ressalva de que se trata de um setor oligopolizado.

A indústria automobilística também é um setor de baixa concorrência que em 1990 e 1991 perdeu em vendas. No entanto, só perdeu em rentabilidade em 1991, com uma taxa negativa de 14%, coincidindo com o período em que os consórcios de carros foram suspensos. O setor de bebidas e fumos, por sua vez, não sofreu perda de vendas nem queda de rentabilidade de 1989 até 1991. (W.F.)