

GAZETA MERCANTIL

Sexta-feira, 10 de fevereiro, e fim de semana, 11 e 12 de fevereiro de 1995

DIRETORIA
Diretor-Presidente
Luiz Fernando Ferreira Levy
Diretores Executivos
Dirceu Brisola
Henrique Alves de Araújo
José Ruy Alvarez Filho
Luiz Augusto de Castro

Página 4

Estaria a economia brasileira superaquecida neste momento?

A questão atualmente divide as opiniões da equipe econômica. Alguns de seus integrantes julgam, com base em dados sobre vendas no varejo, que o nível de consumo estaria ainda muito elevado e que isso poderia vir a constituir um risco para a evolução ordenada do Plano Real. Outros são mais cautelosos no diagnóstico: o surto de consumo em consequência da entrada em circulação da nova moeda já teria chegado a seu pico, sob influência até mesmo de fatores sazonais, tendendo de ora em diante à normalidade.

Reportagem publicada por este jornal na última quinta-feira dá mais força ao último enfoque. O que tudo indica estar havendo é uma acomodação do mercado a circunstâncias não inflacionárias, o que pode estar favorecendo o consumo em certos segmentos, mas que também atua no sentido de provocar uma redução de preços, em benefício, claro, do combate à inflação. Não há nenhum paradoxo aí. Ocorre que, com a inflação firmemente em queda, as empresas que estão na ponta do consumo adquirem novas condições de negociar

com seus fornecedores, exigindo descontos e prazo mais dilatado para saldar as suas compras. Essa vantagem, transferida ao consumidor, ajuda a sustentar uma boa parte do volume de vendas.

Justamente o contrário ocorria no período de inflação galopante em que o País vivia até o Plano Real. Com a escalada dos índices de preços, os fornecedores cortaram drasticamente os descontos, mesmo para vendas em grandes volumes, e encurtaram o mais que puderam o prazo de pagamento pelo comércio. A remarcação constante de preços tornava-se, assim, a única forma de defesa dos comerciantes.

Agora, sim, as forças de mercado começam a funcionar como devem em uma economia saudável. Exemplos colhidos em São Paulo e outras regiões do País mostram que preços em alguns ramos, como o de produtos de higiene e limpeza, depois de terem acusado alta em janeiro, captada pelos índices, estão

Duvidoso reaquecimento

voltando aos níveis de dezembro, em razão direta dos descontos obtidos pelos supermercados e outros estabelecimentos de varejo junto aos fornecedores.

Isso não aconteceria se não tivesse havido certo refluxo no consumo, refletindo as medidas de aperto tomadas a partir de outubro do ano passado, como o aumento do depósito compulsório sobre os depósitos a vista e restrições ao crédito ao consumidor. Se tais medidas não tiveram um impacto maior sobre as vendas de fim de ano, que escaldaram novamente em janeiro, elas vêm tendo um efeito perceptível agora e é o próprio comércio que prevê um retraimento do consumidor em fevereiro. Com isso, deixa de haver necessidade de as empresas comercializadoras manterem estoques elevados. Significativamente, empresas atacadistas e distribuidoras vêm diminuindo o prazo de manutenção de estoques, que de 28 dias tende a baixar para 20 a 23 dias, em média.

Pode-se prever que o mesmo fenômeno que se observa nos produtos de higiene e limpeza e em muitos alimentos industrializados, à exceção de produtos básicos, venha a ter correspondência no setor de bens duráveis de consumo. Há alguns deles em falta no mercado, mas o consumidor, à medida que se habitua a preços bastante estáveis, torna-se menos propenso a compras a crédito, oneradas por altos juros.

Essa nova configuração do mercado pode indicar a inconveniência de novas medidas de arrocho do crédito e restrições adicionais ao consumo. Bem a propósito, não nos parece aconselhável que o governo, nesta fase, eleve a alíquota do IPI sobre carros populares, determinando automaticamente aumento de seus preços de tabela.

Isso não só representaria a queda de um acordo entre o governo, a indústria automotiva e os trabalhadores, com validade prevista até 1996 - o que representa, de fato, um contrato -, mas também teria uma influência psicológica negativa, podendo ser tido como uma sinalização de alta de bens duráveis de consumo.