

Inadimplência desanima o comércio de São Paulo

SPC acrescenta 186 mil devedores em sua lista

por Sandra Gomide
de São Paulo

Os comerciantes paulistas conseguiram vender mais em junho do que em maio, mas isso não é suficiente para animá-los para o início do segundo semestre, tradicionalmente o melhor período do ano para a economia.

Mais estocados do que de costume, os comerciantes estão pessimistas e não acreditam em crescimento dos negócios a partir de julho.

Uma das razões para essa conclusão é o nível cada vez maior da inadimplência dos consumidores, que agora têm a chance de renegociar suas dívidas, mas dificilmente irão às compras como fizeram após o Plano Real. "Há uma clara desaceleração da economia que certamente não deverá recuperar-se tão cedo. As dívidas não atingem apenas o consumidor porque já passaram aos lojistas e, em alguns casos, às indústrias", diz o economista Marcel Solimeo, presidente do Instituto Gastão Vidigal da Associação Comercial de São Paulo.

Somente nos cinco pri-

meiros meses do ano, 500 mil novos nomes foram incluídos na lista do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), que acumula 1,8 milhão de carnês em atraso. No mesmo período do ano passado, apenas 186 mil pessoas ingressaram na lista.

A expectativa de crescimento nas vendas em junho é de 3% a 5%, dependendo do setor do comércio. Os supermercados, por exemplo, devem apresentar resultados melhores do que outros tipos de negócios porque sentiram mais de perto os reflexos do aumento do salário mínimo para R\$ 100,00.

"Não vamos vender como esperávamos, mas ainda será melhor do que maio e junho do ano passado", afirma Alvaro de Souza Lima, diretor do Makro. As previsões também não se confirmaram para a rede Pastorinho, que tem dez lojas no Estado de São Paulo. "Maio foi um mês atípico porque teve mais dias úteis do que abril e, no entanto, vendemos 6% a menos. Junho será melhor, mas o cliente deve continuar comprando apenas o suficiente para consumo básico, sem

adquirir novos produtos ou muitos supérfluos", prevê Dinis Dias, diretor de marketing do Pastorinho.

Ainda que não haja crescimento algum no segundo semestre, como acreditam os mais pessimistas, a média acumulada deverá ser positiva. "Podemos fechar o ano com aumento de 7% em relação a 1994", diz Souza Lima, do Makro. Mas esse resultado será a contribuição das vendas de uma nova loja que será inaugurada em agosto em Fortaleza, no Ceará.

Além da queda nas vendas, os supermercados terão outro problema para resolver: desovar os estoques que estão acima da média para enfrentar o cenário de desaceleração econômica nesta época do ano.

No caso do Makro, isso acontece mais fortemente na área de produtos não-alimentícios, mas Souza Lima garante que não haverá queima de estoques. "Nossa estratégia será desovar aos poucos, sem promoções muito grandes." No Pastorinho, a alternativa será fazer as próximas compras com muita cautela até outubro.