

Cerveja ficará pelo menos 4% mais cara

Indústrias de bebidas e alimentos calculam as perdas com a alta de 10% no IPI

William de Moura/30-10-97

Ledice Araujo

• O setor de cerveja pode entrar em ressaca neste último bimestre do ano. Com a alta estimada de 10% no Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), as indústrias prevêem o repasse de 4% no preço final ao consumidor. Mas este índice pode ser maior, conforme admitiu o superintendente do Sindicato Nacional das Indústrias de Cervejas (Sindicerv), Marcos Mesquita. Segundo ele, além do novo custo do IPI, os varejistas terão que enfrentar a elevação do ICMS e do frete, que tem um peso significativo no preço final ao consumidor.

— O quadro nos parece mais negro do que prevíamos. Temos hoje um aumento de 2% nas vendas. Mas, com a retração inevitável, podemos fechar o ano com o mesmo resultado ou até no negativo — analisou Mesquita.

Mesquita, do Sindicerv, vê arrecadação ameaçada

Atualmente o IPI tem peso de 43% no custo para as indústrias, o que representa de R\$ 0,20 a R\$ 0,22 na pauta de produção. Mesquita acredita que a redução poderá frustrar o objetivo do Governo de aumentar a arrecadação. Ele lembra que o principal fator que colaborou para a melhoria das vendas e foi a estabilidade dos preços no Real. Desde 1994,

as cervejas acumulam 24% de aumento, índice bem abaixo da inflação de 57% medida pela Fipe.

— O IPI mais alto não será uma faca de dois gumes. A retração será de um gume só — disse.

Sendas acha que impacto pode ser menor que o temido

O presidente da Bolsa de Gêneros Alimentícios, José de Souza e Silva, é de opinião que a elevação do IPI de bebidas e automóveis não chegará a afetar o bolso do consumidor, por se tratarem de produtos supérfluos. Sua preocupação está no reajuste do preço dos combustíveis, que poderá atingir até as tarifas de ônibus.

Já o empresário Arthur Sendas, presidente da Associação Comercial do Rio de Janeiro e do Grupo Sendas, com 58 lojas no Rio, aposta que o impacto poderá ser menor que o previsto à primeira vista.

— Não sabemos ainda qual o impacto, mas hoje a competitividade é que está ditando as regras. Todos os setores estão precisando vender. Já temos o exemplo dos juros. As indústrias e lojas que subiram as taxas estão voltando atrás, com medo de perder clientes — avaliou Sendas.

Ele disse ainda que, se o Governo tivesse implantado estas medidas no início do Real, os reflexos para o consumidor seriam menos duros que agora. ■



ARTHUR SENDAS: "Hoje, a competitividade é que está ditando as regras"