

Preços começam a pesar no bolso do consumidor

Caio Guatelli/AE

Pressões latentes por reajustes estão sendo detectadas no mercado desde julho

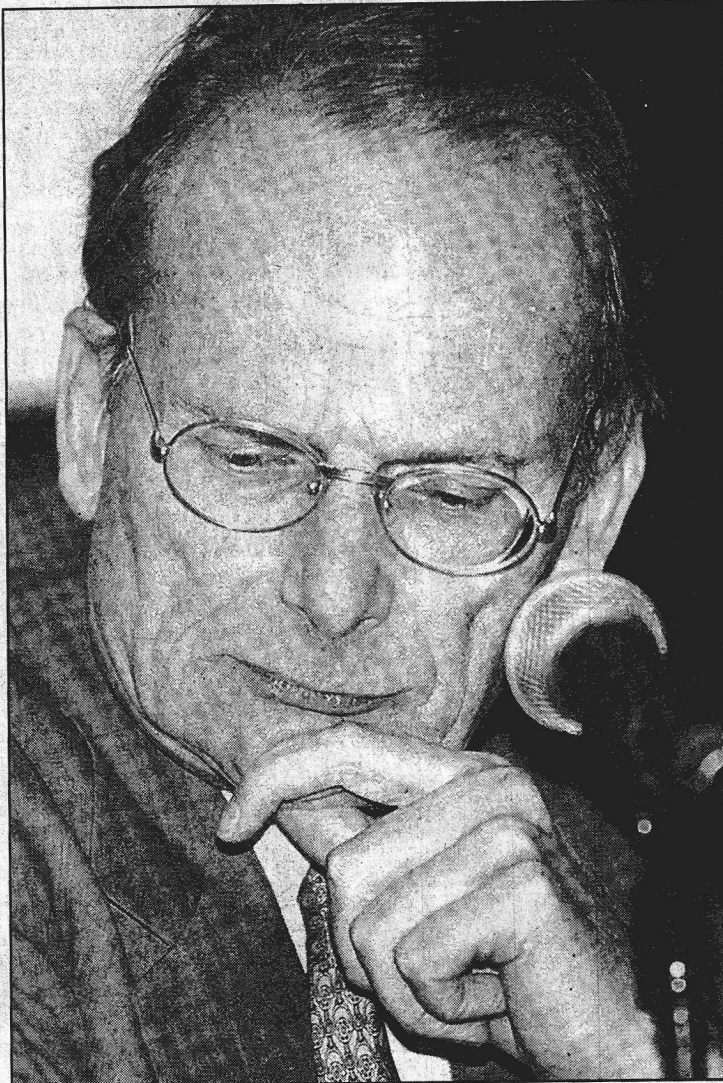
MÁRCIA DE CHIARA

As pressões por aumentos de preços estão mais intensas neste mês e poderão chegar ao bolso do consumidor em setembro. Fabricantes de aerossóis e produtos de limpeza, por exemplo, anunciam que pretendem reajustar em 15% os preços na virada do mês. A indústria de artigos de higiene pessoal informa que vai majorar os preços a partir do mês que vem, mas ainda não tem um índice médio definido. Os automóveis populares também devem ficar 12% mais caros, com o fim do acordo automotivo, que reduziu o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI).

Além desses aumentos, que devem ocorrer independentemente da reação do mercado, existem pressões latentes por reajustes em outros setores. Desde julho, por exemplo, fabricantes de aparelhos de áudio/vídeo e de eletrodomésticos, como geladeiras e fogões, tentam reajustar as tabelas da linha branca e da linha marrom em 5% e 10%, respectivamente. Em reunião realizada neste mês, indústrias de áudio e vídeo informaram aos lojistas que estão no limite para absorver a alta nos custos.

As pressões ganharam força na segunda quinzena deste mês por causa da alta dos derivados de petróleo, como solventes, plásticos e gases, insumos essenciais usados pelas indústrias de produtos de higiene e limpeza, embalagens e eletroeletrônicos.

De janeiro até a metade de agosto, as cotações dos solventes subiram 50,66% e 25% as dos plásticos (polietileno). Os gases liquefeitos, usados na indústria de aerossóis e produtos de limpeza, também estão mais



Haberfeld: empresas de embalagens querem reajustes de 8% a 9%

FABRICANTE ALEGA ESTAR NO LIMITE DA CAPACIDADE

caros e acumulam alta de 40% nos últimos 90 dias.

“Não tem mandraque que consiga segurar esses aumentos de custos”, afirma o presidente da Associação

Brasileira de Aerossóis e Saneantes Domissanitários (Abas), Hugo Chaluleu, anunciando que o setor prepara um reajuste de 15%, no mínimo, para setembro, o primeiro em três anos.

Ele admite que o mercado hoje não é comprador, mas argumenta que os fabricantes atingiram o limite da capacidade de absorver os aumentos e justificar perdas para as matrizes no exterior. Segundo Chaluleu,

uma importante matéria-prima usada nas embalagens metálicas de vários setores, a folha-de-flandres, deve subir 11,5% nos próximos 15 dias.

“A Companhia Siderúrgica Nacional (CSN) antecipou que vai ter esse aumento.” Procurada pelo Estado, a CSN, a única produtora de folha-de-flandres, não se manifestou sobre o assunto. A Nestlé, por exemplo, que usa esse insumo na fabricação de latas, informa que o impacto do aumento nos custos está sendo estudado. “A empresa avalia a possibilidade de absorver esse impacto”, diz o diretor de Alimentos e Bebidas, Andrei Rakowitsch.

Frete – O aumento da cotação do petróleo no mercado internacional, de 84,9% de janeiro a julho, além de pressionar os pre-

ços de produtos derivados, plásticos e solventes, está onerando os custos de frete, diz o diretor de Marketing da Reckitt & Colman, Roberto Funari.

Para garantir a sua fatia de mercado, a Reckitt & Colman optou por manter os preços e absorver a alta de custos em três categorias de produtos (limpadores, ceras e inseticidas). Ocorre que nesses segmentos a competição é intensa.

Já nas demais categorias, como graxas para calçados, lustradores de móveis, polidores de metais, limpadores sanitários e produtos de lavanderia, também produzidos pela multinacional inglesa e menos suscetíveis à concorrência, a empresa decidiu reajustar entre 1% e 3% os preços. A Bombril, concorrente da Reckitt & Colman, informa que não tem mais como segurar os reajustes sobre as embalagens sem repassar para os preços dos produtos.

“Lamentavelmente vamos ter de reajustar”, afirma o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), João Carlos Basílio da Silva.

Ele destaca que o percentual de aumento varia de empresa para empresa e esclarece que os fabricantes estão dispostos a repassar os aumentos mesmo correndo o risco de vender um volume menor de produtos. “Estamos conscientes de um possível encolhimento do mercado. A expectativa do segmento é fechar o ano vendendo um volume 5% maior que em 1998.”

Basílio da Silva diz que os fabricantes de embalagens informaram que vão aumentar em 15% os preços a partir do mês que vem. O presidente da Associação Brasileira de Embalagens (Abre), Sérgio Haberfeld, confirma disposição da indústria de embalagens plásticas de reajustar os preços. Ele conta que há empresas que não conseguiram aumentar os preços e outras que estão reajustando de 8% a 9%. Os filmes plásticos, matéria-prima usada para embalagens, justifica, subiram 12% de julho para agosto.

■ Colaborou Edilson Coelho