



Crescimento, surpresa no setor de refrigeração.

Depois de assistir a uma queda de mais de 4% no mercado de refrigeradores em 1983, a indústria brasileira de refrigeração tratou com muito cuidado e pouco otimismo o planejamento do ano de 1984. O mercado, segundo os planos, cairia ainda 2%, mantendo-se em torno de 1.650.000 unidades, e as empresas esperavam apenas acompanhar a queda e garantir um modesto, porém, seguro, crescimento zero.

Para as duas grandes indústrias de refrigeradores do Sul — a Refripar, de Curitiba, e a Cônsul de Joinville — o ano de 1984 acabou reservando uma surpresa: depois de meses difíceis no primeiro semestre, houve uma reação de vendas, principalmente em setembro e outubro, que esgotou praticamente todos os estoques disponíveis de refrigeradores e freezers. Mesmo assim, mantendo a cautela, o diretor comercial da Refripar — que absorveu em 1982 a fábrica da Clímax em São Carlos — Onófrio Passeggio, olha o novo ano como uma incógnita, e Luiz Fernando Reyes, gerente de Marketing da Cônsul, diz que, "com inteligência, 85 não deverá ser difícil".

O balanço da Refripar, fechado em julho, não registrou sinais desta "recuperação" dos últimos meses, mas uma queda de 40% na venda de refrigeradores, sobre o balanço do período anterior, quando as vendas haviam crescido 24%.

Nos freezers, a reação foi diferente, com um aumento de 44% nas vendas registradas no balanço deste ano, abaixo dos resultados do período anterior, quando a venda de freezers da Refripar cresceu 72%, mas ainda assim um resultado muito positivo.

Com estas dificuldades, a Refripar teve de reduzir a jornada de trabalho e fazer demissões nas fábricas de Curitiba e de São Carlos. A partir de agosto aumentaram as vendas no comércio, e a indústria pôde transferir seus estoques sem, contudo, alterar as metas para o ano. Não foram feitas novas contratações e a fábrica está produzindo no mesmo ritmo do primeiro semestre. Para janeiro, o diretor comercial ainda espera boas vendas da indústria, porque haverá necessidade de reposição de estoques diante do bom movimento do comércio previsto para dezembro. Depois, diz Passeggio, "é uma incógnita".

Houve uma modificação no panorama da demanda — admite o diretor comercial da Refripar, lembrando, contudo, que o mercado não deverá ultrapassar o número de refrigeradores vendidos no ano passado. O que mudou foi a posição dos fabricantes no mercado: a Refripar perdeu posição e a Cônsul cresceu.

As mudanças na demanda ainda não estão consolidadas e novembro não registrou a mesma intensi-

dade de transferência de produtos do comércio para o consumidor, mas dezembro, com a redução do Imposto de Renda e com o 13º, as vendas devem aumentar, obrigando o comércio a repor os estoques em janeiro. Depois, ninguém arrisca prognósticos. As indústrias fazem planos, criam novidades, porque "na crise cada um tem de ser o melhor", diz Passeggio, e todos querem um mercado atento e ativo.

As mudanças no perfil de consumo, para os empresários do setor, têm explicações diversas, quase todas conjunturais. Com o melhor desempenho das indústrias voltadas para exportações e seu efeito irradiador, começa a desaparecer o medo do desemprego. E a poupança, guardada nestes últimos dois anos pela classe A como uma espécie de seguro-desemprego, começa a ser utilizada para atender a demanda reprimida. Como a inflação não dá sinais de cair, cada vez fica mais claro para o consumidor que é melhor comprar — sobretudo bens que facilitem a vida, como o freezer e o forno de microondas (segundo Onófrio Passeggio, da Refripar, que detém a exclusividade nas vendas de fornos de microondas da Sanyo, produzidos na Zona Franca de Manaus, se houvesse o dobro de unidades no mercado teria sido vendido).

**Teresa Furtado,
da AE-Curitiba.**