



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 Cònsul 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 Cònsul, 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 Cònsul 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.**