

Produção de cerveja quase encalhou

O verão foi quase um inverno para os fabricantes de cerveja. Os beverrões, ao contrário de anos passados, não tiveram dificuldades para encontrar o produto: sobrou cerveja, faltou consumidor. As arquiinimigas Brahma e Antarctica reclamam da queda de vendas: dados levantados pela Associação Brasileira de Bebidas dão conta de que, nos primeiros dois meses do ano, as vendas caíram 25% em todo o país.

Só não houve encalhe da produção porque as fábricas transferiram, a tempo, a distribuição do Rio para outros mercados. Nem mesmo o carnaval fez os foliões beberem até cair. Não dá para disfarçar: a culpa pelo fraco movimento é mesmo da falta de dinheiro no bolso do consumidor.

Pelos cálculos do diretor financeiro da Brahma, Danilo Palmer, a queda de vendas nos meses de janeiro e fevereiro foi de

10%, se comparada com o mesmo período de 1991. E o diretor comercial da Antarctica, Paulo Pereira, confessou seu espanto ao comentar que a empresa esperava para este verão um aumento de 10% nas vendas. No fim da estação, percebe-se que o volume de cerveja vendido foi idêntico ao de 1991, ano em que as vendas já tinham sido fracas.

Ao constatar que a cerveja gelada não conseguiu aquecer as vendas, Danilo Palmer começou a se preocupar com medidas para minimizar o impacto da redução do consumo: a empresa, segundo ele, fez um esforço junto ao governo e aos fornecedores para garantir que os reajustes de preços da cerveja fossem inferiores aos índices de inflação. O último aumento, em fevereiro passado, foi de 21%, contra uma inflação de 27% medida pelo IGP-M, da Fundação Getúlio Vargas (FGV).