

ECONOMIA

ECONOMIA REAL: Indústrias revêem projeções para este ano e já procuram alternativas para recompor margens de lucro

Christina Bocayuva



FUNCIONÁRIA NA linha de produção da Faet, no Rio: empresa esperava crescimento de 20% no faturamento deste ano, mas reviu suas projeções para 5%. A direção da fábrica está acompanhando a evolução das vendas mês a mês

A festa do consumo acabou

Crescimento da economia agora deverá ser comandado por bens de capital e construção civil

Marcelo Rehder e Luciano Dias

SÃO PAULO e RIO

As indústrias de bens de consumo, que sustentaram as vendas nos três primeiros anos do Plano Real, estão agora revendo suas projeções de crescimento para 1997. O endividamento dos consumidores e a saturação do mercado estão causando redução nas vendas. Mesmo assim, engana-se quem imagina que, por conta disso, o consumidor pode ir comemorando uma fase de queda nos preços. Um exemplo disso é a indústria de eletroeletrônicos, que tem visto os lucros minguarem nos últimos meses. Apesar disso, no começo de julho, os fabricantes de televisores se reuniram em São Paulo, na sede da Eletros, a associação que defende os interesses do setor, para selar um acordo de cavalheiros com o objetivo de recuperar os preços do produto a partir de outubro.

Os aparelhos de TV já ficaram 8,36% mais baratos para o consumidor este ano, segundo dados da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), de São Paulo. Os fabricantes argumentam que, para o varejo, a queda de preços chegou a 20% no período. Resultado: agora eles querem aumentar seus preços em pelo menos 5% até dezembro, aproveitando o lançamento de novos modelos e o aquecimento das vendas no Natal. Ou seja, a velha alternativa de recuperar margens de lucros via aumento de preços. Pode ser que o consumidor não sinta o aumento no bolso, mas para isso será preciso que o varejo concorde em apertar as margens de lucro na queda-de-braço com as indústrias.

Estoques elevados é a grande preocupação

Os planos de recuperação de margem de lucros não devem parar por aí. A idéia é prosseguir com os aumentos no primeiro semestre do ano que vem, no rastro do crescimento de vendas esperado por causa da Copa do Mundo.

— A previsão em janeiro era que as vendas aumentariam 10% e o faturamento seria o mesmo de 1996. Com o endividamento do consumidor e a queda dos preços, acreditamos que a venda será igual à do ano passado, e o faturamento, 10% menor — diz o presidente da Eletros, Roberto Macedo.

Hoje, o setor amarga um estoque de um milhão de unidades, ou seja, um mês e meio de vendas.

Mas não só os fabricantes de televisores erraram a mão, ao planejar as vendas deste ano, ou fo-

ram surpreendidos pelo arrefecimento do consumo. A diferença é que algumas empresas têm condições de reprogramar a produção com mais agilidade. É o caso da Faet, fabricante de eletroportáteis que começou o ano estimando vender 20% a mais que em 1996 e, agora, sabe que esse percentual não vai passar de 5%.

— Diante da queda no ritmo de crescimento dos negócios, reavaliamos mensalmente o planejamento anual de produção. Assim, estamos conseguindo evitar o acúmulo excessivo de matérias-primas e produtos acabados dentro da empresa — diz Orlando Barbosa Júnior, diretor comercial da Faet.

Nos últimos meses, a alta dos estoques passou a ser a principal preocupação dos executivos de finanças das indústrias. Na semana passada, o assunto foi posto no centro dos debates da reunião mensal da comissão técnica do Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças (Ibef). Segundo relato do consultor Nelson Carvalho, presidente da comissão, boa parte dos setores da indústria não contava com a estabilização do consumo e agora enfrenta problemas. Em alguns setores, as empresas foram obrigadas a ceder às pressões do varejo

e alongaram os prazos de pagamento. É o caso dos fabricantes de equipamentos fotográficos e de perfumaria e artigos de tocador, cujos prazos para faturamento saltaram de 30 para até 180 dias.

— O ritmo da produção industrial tende a cair no curto prazo — afirma Carvalho.

As primeiras consequências já foram sentidas. Em julho, pela primeira vez neste ano, o nível de emprego ficou negativo nas indústrias de perfumaria e artigos de tocador de São Paulo. João Carlos Basílio da Silva, presidente do sindicato das indústrias do setor, argumenta que as empresas estão ajustando a produção ao novo patamar de consumo. De uma previsão inicial de crescimento de 17% para este ano, o setor passou a trabalhar com metas mais modestas, de apenas 7%.

— Sempre há alguma dificuldade quando as empresas têm de se adaptar rapidamente a uma queda de demanda — diz Basílio.

No setor de bebidas, a previsão também é de vendas mais baixas. A Coca-Cola é outra empresa que perdeu o gás no primeiro semestre e teve que rever sua taxa de crescimento em 1997. Baixou de 10% para 4%. A multinacional alterou os números

diante da queda de 1% no consumo no primeiro trimestre. Muito longe do biênio 1995/1996, quando o consumo aumentou 48%.

Não foi só Coca-Cola que diminuiu na geladeira dos brasileiros. As cervejas também. O Instituto Nielsen registrou uma queda de 1,3% nos seis primeiros meses do ano. Depois do sinal vermelho da loura gelada, o mercado entrou em ressaca.

— No início do ano, a previsão era ficar entre 5% e 7%. Agora, as análises mais otimistas falam em 4% — afirma Carlos Eduardo Jardim, vice-presidente da Kaiser e do Sindicato Nacional da Cerveja.

O setor de turismo também está tendo que refazer as contas. As agências apostaram num crescimento de 11% em julho, em relação ao mesmo mês de 1996. A realidade bate à porta e o crescimento ficou em 6%. No ano passado, o desempenho de julho foi negativo em 14%. Isso significa que o mercado ainda não voltou aos níveis de 1995. Para o verão, as previsões não são das melhores.

— Não gosto de fazer projeções, mas a base em que vamos trabalhar é muito mais conservadora — informa o presidente da Associação Brasileira das Agências de Viagem (Abav), Sérgio Nogueira.

Empresários do interior revêem investimentos

O balanço trimestral da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) mostra o quanto mudou a expectativa dos empresários das indústrias do interior do estado. As quatro regiões já fechadas indicam que o mar não está tão tranquilo como parece. No item investimento, 54% dos industriais da Região Serrana informaram que pretendiam injetar mais recursos na empresa no segundo semestre. O resultado deste período mostrou que só 30% dos pesquisados fizeram isso. Para o futuro, só 28% pretendem investir.

As expectativas dos empresários das regiões Sul, Noroeste e Centro-Norte pioraram do segundo para o terceiro trimestre. Entre abril e maio, eles acreditavam que produção, faturamento e vendas iriam aumentar. Na última pesquisa, todos apostam na estabilidade.

— Isso aconteceu porque o resultado do segundo trimestre ficou aquém das expectativas que os empresários fizeram para o período no início do ano — analisa Samuel Santos, chefe do Departamento de Promoção Industrial da Firjan. ■

• CONSTRUÇÃO CIVIL É A MENINA DOS OLHOS DO GOVERNO PARA MANTER O CRESCIMENTO na página 42