

Empresários dizem que vão repassar os aumentos

Governo também anuncia queda da TJLP, mas economistas dizem que alta de impostos deve desaquecer a economia

Cristina Canas e Flávia Oliveira

• SÃO PAULO e RIO. Os empresários receberam mal, enquanto os economistas reconheceram como necessárias as medidas anunciadas ontem pelo Governo para compensar a perda de receita com a suspensão da cobrança da CPMF em janeiro. O fim da dedução dos gastos com juros no cálculo da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido e o aumento de 0,38 ponto percentual na alíquota do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF) foram as iniciativas mais criticadas.

Apesar dos aumentos de impostos, os empresários tiveram, ontem, uma boa notícia. O ministro da Fazenda, Pedro Malan, anunciou a redução da Taxa de Juros de Longo Prazo (TJLP), que é usada para corrigir os emprés-

timos feitos junto ao BNDES. A fórmula atual é muito sensível à variação de juros, o que fez com que saltasse de pouco mais de 11% ao ano para 18% no início de dezembro. A alteração proposta pelo Governo estabelece um teto para a TJLP, que, segundo o ministro, terá uma redução significativa. Cálculos extra-oficiais indicam que a TJLP poderá cair para cerca de 12,8% ao ano a partir de 1 de janeiro.

Os empresários ainda não calcularam em quanto os aumentos dos custos na produção serão repassados aos consumidores, mas adiantam que não poderão arcar com as despesas sozinhos. Por isso, há risco de que a economia se retraia ainda mais no próximo ano.

— Mais uma vez, as medidas do Governo aumentam a carga

tributária, diminuem a competitividade e prejudicam a produção, limitando o crescimento econômico do Brasil — diz o vice-presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), Carlos Roberto Liboni.

Governo não optou pela redução das despesas

O economista Adauto Lima, do Lloyds Bank, também acredita que as medidas tendem a reduzir atividade econômica:

— Por um lado, sabemos que o Governo está levando a sério o plano de equilibrar as contas públicas em 99. Infelizmente, boa parte das medidas está concentrada no aumento de receitas e não no corte de despesas.

O vice-presidente da Fiesp criticou também o fato de o Governo ter definido as novas medidas

sem discussão prévia com o setor privado. E lembrou que a solução para reduzir o déficit público é a diminuição das despesas e o equilíbrio na cobrança de impostos, que hoje oneram somente uma parcela da população.

Também contrário ao aumento da carga tributária, o presidente do Sindicato das Micro e Pequenas Indústrias (SimpI), Joseph Couri, ponderou que o peso da alta de impostos poderá ser menor se permitir uma redução drástica nos juros. Para o empresário, as taxas são o grande encargo suportado hoje pelo setor produtivo e precisa ser diminuído para permitir os investimentos.

O economista José Júlio Senna, diretor do Banco Fleming Graphus, afirma que o Governo não conseguirá cumprir as metas de superávit primário no próximo

ano, se não promover expressiva redução nas taxas de juros. Segundo ele, boa parte das receitas esperadas pelo novo conjunto de medidas estão relacionadas à atividade econômica, que vem sendo prejudicada pela manutenção dos juros altos:

— O poder destrutivo dos juros sobre as contas públicas é muito maior do que o aumento de receitas planejado para compensar a CPMF.

Comerciantes já admitem aumento das taxas no crediário

Senna, ex-diretor do Banco Central, lembra que, no compromisso firmado com o FMI, o Governo prevê juros médios de 21,9% em 99. Contudo, o mercado financeiro vem trabalhando com taxas próximas de 30,5% em operações de seis a 12 meses.

No setor comercial, o maior impacto deve ser sentido nas vendas a prazo, com a alta do IOF nas operações de crédito. Segundo o diretor comercial da rede varejista Magazine Luiza, Eldo Moreno, o aumento do imposto será sentido na taxa de juros ao consumidor. No entanto, ele não soube avaliar qual a alta que poderá ocorrer na taxa do crediário. Para o superintendente geral das Lojas Cem, Valdemir Colleone, além do aumento do juros, as medidas prejudicam as vendas porque o consumidor está muito sensível a notícias ruins. Segundo Colleone, a situação de incerteza em relação ao futuro da economia do país faz com que o consumidor se retraia sempre que há notícias como de aumento de tributos. ■

COLABOROU Valdete de Oliveira