

Ainda vigorosa, indústria perde espaço para importados no comércio

As prateleiras de supermercados revelam como determinados produtos nacionais estão sendo substituídos por importados

Lu Aiko Otta
Renato Andrade
BRASÍLIA

A desindustrialização, tema explorado pelo candidato do PSDB, José Serra, nas eleições, não é algo que se detecte facilmente nas estatísticas. Dados mostram uma indústria em desaceleração, mas ainda vigorosa. Mas uma simples visita a hipermercados é suficiente para ver que, em certas categorias, os produtos “made in Brazil” são cada vez mais raros nas prateleiras.

Em agosto, a produção industrial do País registrou uma queda de 0,1%, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Mas o resultado acumulado nos oito primeiros meses do ano mostra um avanço na casa dos 14,1%. No mesmo mês, a Confederação Nacional da Indústria (CNI) registrou aumento de 0,5% nas horas trabalhadas e de 0,8% no emprego, embora o faturamento tenha caído 0,3%.

Outros números, porém, mostram que há algo errado. O consumo do brasileiro cresce a taxas de 8% a 9%, enquanto o Produto Interno Bruto (PIB) se expande a 7%. A diferença é suprida por importados. O comportamento dos saldos comerciais de diversos setores da indústria também reforça essa percepção.

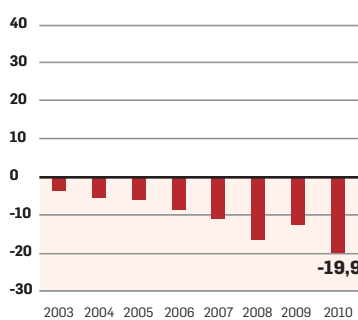
PERDENDO TERRENO

● Levantamento do IEDI mostra um aprofundamento dos déficits comerciais da indústria de transformação brasileira

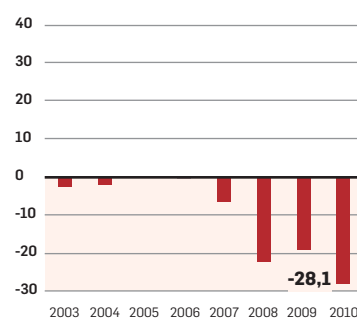
Saldo comercial de janeiro a setembro das indústrias

EM BILHÕES DE DÓLARES FOB

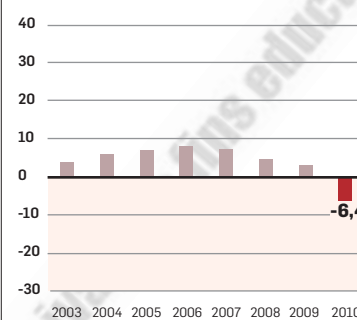
Alta tecnologia



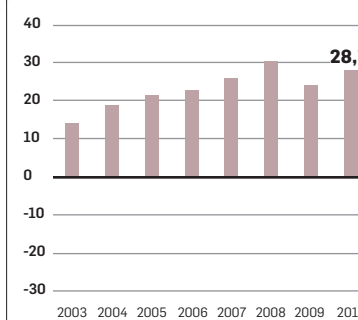
Média - alta tecnologia



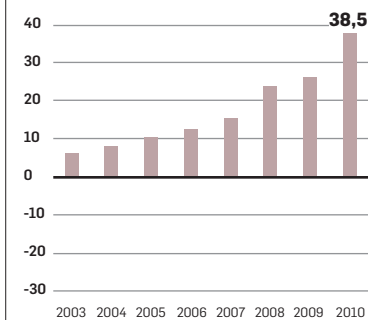
Média - baixa tecnologia



Baixa tecnologia



Demais produtos



FONTE: INSTITUTO DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL (IEDI)

INFOGRÁFICO/AE

No setor de eletroportáteis, um dos mais afetados pelos importados, muitas marcas conhecidas dos brasileiros já não fabricam mais alguns produtos. Preferem trazê-los do exterior e só comercializá-los.

Comparações. Uma visita a um hipermercado foi suficiente para o Estado constatar que nesse segmento o produto “made in Brazil” é raro. De oito modelos de cafeteiras elétricas à venda, apenas dois eram brasileiros. As três opções de máquinas de café expresso eram chinesas. Também eram originários daquele

país os três modelos de sanduícheira elétrica e os três de torradeiras. Entre os 15 ferros de passar, 6 eram brasileiros. Havia dois importados da Malásia e dois de Taiwan. Os demais eram da China. De 17 liquidificadores, 10 eram importados, havendo

● Pressão

A União Europeia quer condicionar a compra de produtos brasileiros, principalmente os agrícolas, à possibilidade de suas empresas poderem participar das compras governamentais.

entre eles um modelo trazido do México.

“Temos evidências importantes que demonstram que há, sim, desindustrialização”, diz o presidente da Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee), Humberto Barbato. Em 2005, 15% do faturamento do setor vinha dos produtos importados. Em 2010, essa participação está em 20,7%. “Isso demonstra que estamos aumentando e muito a quantidade de produtos acabados importados.”

Segundo o vice-presidente de operações para América Latina da Stanley Black&Decker, Do-

mingos Dragone, o processo de desindustrialização no segmento de atuação da empresa foi iniciado em 2005 e vem se acentuando desde então. Há dez anos, 80% dos produtos vendidos pela companhia no mercado local eram fabricados no Brasil. Atualmente esse percentual é de 50%. A unidade de eletrodomésticos portáteis deve responder por 43% dos R\$ 500 milhões de faturamento estimado pela empresa no Brasil em 2010.

Câmbio e os custos envolvidos na fabricação de produtos no País são os fatores apontados pelo executivo para justificar a

mudança no perfil de produtos vendidos pela Black&Decker. “Estamos vivendo efetivamente um processo de desindustrialização. A indústria, por mais que se reinvente, tem sérias dificuldades para se manter operando com mínima lucratividade”, afirma Dragone.

DVD importado. Hoje, 87% dos aparelhos de DVD comercializados no Brasil são importados. “E esse produto já foi carro-chefe de muitas indústrias grandes daqui”, observa o presidente do Sindicato da Indústria de Aparelhos Elétricos, Eletrônicos e similares de Manaus (Sinaees), Wilson Périco. “Não vemos fábricas fechando porque elas estão fazendo outras coisas.”

A indústria de iluminação também corre risco de desindustrialização, avalia o diretor executivo da Associação Brasileira da Indústria de Iluminação (Abilux), Marco Poli. O alto custo de produção no País, os incentivos concedidos pelas economias desenvolvidas à sua indústria e o dólar barato são as ameaças. “Descompassos têm de ser corrigidos para melhor utilizar os potenciais do Brasil”, observa.

‘Chapinha’ tem produto 100% nacional

BRASÍLIA

Na contramão da tendência no segmento de aparelhos elétricos, a indústria de secadores de cabelos e pranchas modeladoras (chapinhas) Taiff passa longe dos importados. Pelo contrário, ela exporta para 30 países.

“Somos talvez os únicos a fa-

bricar um produto 100% nacional”, diz o diretor comercial da empresa, César Tsukuda. Não se trata de xenofobia, e sim de uma opção estratégica. “No nosso entender, ter a fabricação aqui é garantia de qualidade.”

A durabilidade é o que lhe permite sobreviver nas prateleiras ao lado dos similares “made in

China”, bem mais baratos. “Fazemos um produto mais voltado para cabeleireiros, que é um público exigente”, explica. “Se fôssemos concorrer pelo preço, não daria nem para começar.” A empresa investe forte em construção de marca e inovação para suportar a concorrência.

Segundo Tsukuda, nos últi-

mos cinco anos, ampliou-se a prática dos concorrentes de importar produtos prontos.

“Por enquanto, não temos planos de fazer o mesmo. Tivemos cinco anos bons.” Ele reconhece, porém, que o dólar “um pouco abaixo da realidade” é um problema. “Temos uma pressão de margem muito forte.” Para o di-

retor, o dólar barato não é um problema tão grande quanto tem sido propagandeado.

“Acho que tem um pouco de exagero em falar que não dá para fabricar no Brasil”, diz. “Tem empresa que se esconde atrás disso.” O que não quer dizer que o dólar barato não seja uma vantagem. Há, porém, outros problemas: a carga tributária elevada e uma legislação trabalhista que “é coisa de um passado distante”. /L.A.O.