Eletrodomésticos Redução do imposto perde efeito e mesmo depois do Dia das Mães estoque do varejo está alto

Eletros quer IPI de 4% para linha branca

Daniele Madureira e Letícia Casado
De São Paulo

LUIS USHIROBIRA/VALOR

"Voltamos para o patamar pré-IPI", diz Marcelo Silva, superintendente do Magazine Luiza. "Hoje, a redução está compensando a queda da demanda".

Definir uma alíquota única de Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para toda a linha branca é a nova proposta da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros) ao ministro da Fazenda, Guido Mantega. Segundo apurou o **Valor**, o presidente da Eletros, Lourival Kiçula, levará a sugestão a Brasília nas próximas semanas. Até 30 de junho, está valendo a redução do IPI para eletrodomésticos, sobre os quais incide uma alíquota de até 10%. Sem a isenção, a alíquota para fogões é de 4%, para geladeiras é 15% e, para máquinas de lavar roupa automáticas, 20%. A proposta da Eletros é que o IPI da linha branca fique, definitivamente, em 4% a partir de 1º de julho.

"Queremos demonstrar para o ministro o conceito da essencialidade", disse Kiçula ao **Valor**. "Na sociedade atual, não é só o fogão que é fundamental para uma família, a lavadora de roupa também é, por causa desse eletrodoméstico a mulher tem condições de trabalhar fora e ajudar na renda do lar", afirma Kiçula.

O pleito vem em um momento decisivo para a indústria e o varejo de linha branca. A um mês do fim da redução do IPI, o benefício parece ter perdido o efeito sobre a compra de eletrodomésticos. Concedido em 1º de dezembro de 2011, e prorrogado por mais três meses a partir de 30 de março, o IPI reduzido já não seduz o consumidor como nos primeiros meses. "Voltamos para o patamar pré-IPI", diz Marcelo Silva, superintendente do Magazine Luiza. "Hoje, a redução está compensando a queda da demanda".

Em um grande fabricante de linha branca, as vendas no acumulado de janeiro a maio crescem um dígito. "No ano passado, nesse mesmo período, estávamos crescendo dois dígitos, mesmo sem o benefício do IPI", diz a fonte. Varejistas e fabricantes ouvidos pelo **Valor** sentem que a desaceleração se tornou evidente a partir de abril. "Não tivemos um Dia das Mães maravilhoso, ficou abaixo do esperado", afirma o representante da indústria.

Apesar das consecutivas reduções na taxa básica de juros (Selic), que levou tanto bancos públicos quanto privados a oferecerem juros menores, a concessão de crédito está mais restrita, tendo em vista a preocupação das instituições com o aumento da inadimplência. "O próprio consumidor também se preocupa com o seu próprio nível de endividamento e pensa duas vezes antes de fazer novas compras de alto valor, como a de bens duráveis", afirma Bruno Fernandes, economista da Confederação Nacional do Comércio (CNC).

Na opinião da Whirlpool, maior fabricante mundial de eletrodomésticos, a paradeira nas vendas de linha branca segue sem explicação plausível. "Um dos fatores que freou o consumo pode ser os juros mais baixos, que fariam o consumidor esperar para ver se paga mais barato", arrisca Armando Valle Jr., vice-presidente de relações institucionais e sustentabilidade. Em segundo lugar, diz ele, está o noticiário internacional, que poderia deixar o consumidor preocupado. "Tivemos um primeiro trimestre excelente, mas em abril e maio, o mercado preocupa", diz ele, que prevê crescimento de um dígito nas vendas deste ano.

A Whirlpool garantiu a receita do primeiro trimestre por causa do desconto no IPI. As vendas cresceram 7% de janeiro a março de 2012. Na apresentação dos resultados, em 27 de abril o benefício fiscal concedido pelo governo brasileiro foi apontado pelo CEO da companhia, Jeff Fettig, como um dos principais fatores para o aumento das vendas na América Latina.

Os fabricantes já começam a falar em aumento dos preços pós-IPI — caso a tentativa de redução permanente proposta pela Eletros não seja bem-sucedida. Isso por conta do aumento do preço do dólar, uma vez que boa parte dos componentes é importada. "Se o dólar se estabilizar acima de R$ 1,80, vamos ter que subir os preços", diz um fabricante. Mas o varejo não vê espaço para esse tipo de iniciativa.

"Já estamos com um estoque de 15 dias acima do normal", diz Ubirajara Pasquotto, presidente da Cybelar, varejista com sede em Tietê (SP) cerca de 100 lojas no interior paulista. "Se o benefício terminar, vamos ter queda nas vendas", diz ele. Na Mercado Móveis, com 170 lojas no Paraná e em Santa Catarina, a demanda está abaixo das expectativas e o estoque está extrapolando em 10 dias o prazo normal. "Em abril em maio, as vendas de linha branca caíram 7%", afirma Márcio Pauliki, superintendente da Mercado Móveis.

Em uma grande varejista com sede em São Paulo, o cenário é semelhante. "Já esperávamos uma retração nas vendas depois do impacto inicial do benefício, mas esse recuo está sendo além do esperado", afirma a fonte. O varejo todo está mais promocional, dando descontos além do IPI, para convencer o público. "O aumento do endividamento fez o consumidor pensar mais antes de comprar, ele está cada dia menos emocional", diz a fonte, que não registra queda nas vendas de informática, telefonia ou áudio e vídeo. "É pontual na linha branca", diz ele.

De acordo com os dados mais recentes da consultoria GfK, entre janeiro e abril desse ano, em volume, as vendas de fogões cresceram 9,5%, de refrigerador, 15% e, de lavadoras, 18%. "As lavadoras foram o grande destaque do período, porque têm a menor taxa de presença nos lares brasileiros, em torno de 45%", afirma Oliver Römerscheidt, da GfK.

O aumento da venda de lavadoras automáticas, que hoje podem ser encontradas no mercado a R$ 699, está comprometendo em parte das vendas da Latina, fabricante de máquinas semi-automáticas, os "tanquinhos". "Minhas vendas semi-automáticas cresceram apenas 2%, apesar da redução do IPI", diz Valdemir Dantas, presidente da Latina. Os "tanquinhos" foram beneficiados com 0% de imposto.

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 2 jul. 2012, Primeiro Caderno, p. 28.