

PRODUÇÃO BNDES

RELATÓRIO SETORIAL

N. cham.: BNDES/PR ES/BENS DE

Autor: Banco Nacional de Desenvolvimento
Título: Bens de consumo duráveis : "linha branca".



8737601

Ac.87376

BNDES COPED

BNDES/PR
ES/BENS DE CONSUMO 2952

Bens de Consumo Duráveis

Linha Branca

Junho - 1995

Área de Operações Industriais 2



ÁREA DE OPERAÇÕES INDUSTRIAIS 2

GERÊNCIA SETORIAL 2

BENS DE CONSUMO DURÁVEIS LINHA BRANCA (RELATO SETORIAL) JUN 19

ES - BENS DE CONSUMO DURÁVEIS/2952/EX.1



087376016



AP/COPEL

87376016

BENS DE CONSUMO DURÁVEIS

"LINHA BRANCA"

**EQUIPE : ANGELA M^a. M. MARTINS SANTOS
ADILSON JOSÉ DE SOUZA
CLAUDIA SOARES COSTA**

APOIO BIBLIOGRÁFICO : ARTHUR ADOLFO GARBAYO (COPEL)

JUNHO - 95

SUMÁRIO

O segmento estudado de "Linha Branca" apresenta no Brasil as seguintes características :

- elevada demanda reprimida ;
- crescimento de vendas ligado principalmente a expansão do nível de renda
- fortemente influenciado por decisões governamentais que impliquem em aumento / redução de renda, expansão / retração de crédito, elevação / redução de preços e aumento de domicílios eletrificados ;
- oferta é concentrada em poucos fabricantes que vêm realizando reestruturações administrativas e produtivas em busca de ganhos de competitividade ;
- o lançamento de novos produtos está voltado para mudanças de "design", introdução de componentes eletrônicos e artigos dirigidos para faixas de renda inferior ;
- entrada de novos capitais, oriundos principalmente de bancos, e perspectivas de novos fabricantes (empresas estrangeiras) ;
- os novos investimentos das empresas existentes contemplam planos principalmente de reestruturações produtivas e eliminação de gargalos;
- participação do BNDES é inexpressiva no segmento, sendo realizado em 1995, trabalho de fomento junto ao setor .

ÍNDICE

<u>ITEM</u>	<u>PÁGINA</u>
1 - INTRODUÇÃO	03
2 - CARACTERÍSTICAS DA PRODUÇÃO	03
3 - MERCADO INTERNACIONAL	04
4 - MERCADO NACIONAL	05
- DEMANDA	
- OFERTA	
- PADRÃO DE CONCORRÊNCIA	
- EMPRESAS PRINCIPAIS	
5 - TENDÊNCIAS	17
6 - DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO	19
7 - ENVOLVIMENTO DO BNDES NO SETOR	21

1 - INTRODUÇÃO

O objetivo deste relato é apresentar o segmento do setor de bens de consumo duráveis que engloba os eletrodomésticos não portáteis, também conhecido como "Linha Branca".

Os principais produtos que compõem o segmento de "Linha Branca" são: refrigeradores, freezers verticais, freezers horizontais, condicionadores de ar, lavadoras de louças, lavadoras de roupa, secadoras, fornos de microondas e fogões.

Foram abordados neste estudo apenas os equipamentos elétricos e com grandes volumes de vendas pela indústria, não abrangendo, portanto, produtos utilizados basicamente em zonas rurais, não eletrificadas, como refrigeradores a querosene e a gás, com participação inexpressiva no mercado global.

2 - CARACTERÍSTICAS DA PRODUÇÃO

Os produtos de "Linha Branca", de um modo geral, têm um processo produtivo de pouca complexidade, sendo intensivo em corte, dobra, furação, tratamento e pintura de chapas de aço. Os refrigeradores, freezers e condicionadores de ar, produzidos com chapas, isolantes térmicos (poliuretano ou lã de vidro), tubulação e material plástico na montagem de seu gabinete, incorporam também, como principal componente, o compressor, responsável pelo funcionamento do eletrodoméstico e onde se concentra o maior grau de tecnologia do produto.

Além dos fornos de microondas, que têm seu funcionamento baseado em componentes eletrônicos, os produtos da linha com maior sofisticação tecnológica são as lavadoras, dotadas de complexos sistemas de sensores que têm a função de monitorar todo o ciclo de trabalho do equipamento, composto de várias operações diferenciadas entre si.

Por outro lado, os fogões são os produtos que demandam o menor grau de conhecimento tecnológico pelos fabricantes, tanto de produto como de processo, facilitando a sobrevivência de pequenas empresas no setor, comercializando seus produtos para as faixas inferiores do mercado.

Segundo estudo realizado sobre o setor, em outubro de 1994, o perfil médio de custos de produção de produtos de "Linha Branca" tem a seguinte distribuição:

QUADRO 1

PERFIL DE CUSTOS DO SEGMENTO DE "LINHA BRANCA"

Matéria prima nacional	67 %
compressor	10 %
aço/alumínio	17 %
vidro	8 %
plástico	5 %
tintas/fundentes	7 %
outros	20 %
Mão de obra & encargos	11 %
Despesas gerais de fabricação	16 %
Depreciação	4 %
Outras	2 %

Fonte: Banco de Investimentos Garantia S. A.

3 - MERCADO INTERNACIONAL

No decorrer deste trabalho não foi possível obter informações detalhadas sobre o setor, a nível mundial. Sabe-se que a oferta é dominada por grandes conglomerados, verificando-se um forte movimento de concentração: em 1990, quinze grupos controlavam 80% do mercado europeu de eletrodomésticos de "Linha Branca". Após cinco anos, sete grupos controlam 86%.

Em 1990, a demanda mundial de linha branca totalizou o volume de 186 milhões de unidades, e, em 1994, 200 milhões de unidades, indicando tendência de saturação do mercado global, que apresenta a seguinte distribuição geográfica: 29% na Ásia, 38% na Europa, 24% na América do Norte, 5% na América do Sul e 4% na África.

As principais empresas de influência mundiais são: Electrolux, Whirpool Corporation, GE e Matsushita.

Em termos de tecnologia, a Europa se apresenta como a região mais desenvolvida, sendo a Itália o principal país produtor de bens de capital para esta indústria. Os japoneses, também fortes em tecnologia, enfrentam problemas de encarecimento de seus produtos para colocá-los a grandes distâncias.

4 - MERCADO NACIONAL

DEMANDA

Os produtos da chamada "Linha Branca" são bens de consumo duráveis, em geral destinados à transformação, conservação e estocagem de alimentos (fogões, fornos microondas, refrigeradores e freezers), e, a facilitar trabalhos de natureza doméstica (lavadoras e secadoras de roupas e louças).

Teoricamente, o mercado potencial para estes produtos está relacionado com o número de domicílios nacionais com disponibilidade de energia elétrica, atualmente, estimado em 34 milhões de lares.

QUADRO 2
INDICADORES

ÍTENS	Em Milhões de Unidades
	1990
Total de Domicílios	35,6
Total de Moradores	147,0
Domicílios Eletrificados	31,2
Com Fogão	34,3
Com Geladeira	25,3

Fonte: IBGE/PNAD(1990)

Dos fatores que influenciam a demanda, a renda é o que apresenta maior correlação com o crescimento das vendas. Maior participação feminina na força de trabalho, novos padrões de estrutura familiar, existência de financiamento, além do cenário político e econômico, são variáveis importantes que afetam o mercado.

De modo geral, pode-se afirmar que, a característica mais marcante do mercado brasileiro para os bens da "Linha Branca" é seu elevado grau de demanda reprimida.

A comparação de alguns índices de variação, mostrados no Quadro 3, auxiliam a compreensão do grau de contenção da demanda, gerada pelo modelo de desenvolvimento adotado e pelo contexto econômico e social vivenciado pelo país nos últimos 15 anos. Inflação ascendente e políticas recessivas agravaram o já precário quadro de concentração de renda na sociedade, com queda do poder de compra da população, redução do nível de emprego e do nível de crédito, fatores estes que influenciam diretamente a atividade do setor em análise.

QUADRO 3

TAXA MÉDIA DE CRESCIMENTO ANUAL

Discriminação	1970/80	1980/90
GNP Per Capita	6,1	0,01
Nº de Domicílios	4,1	2,9
Nº de Domicílios Eletrificados	7,8	5,9
Crescimento da Demanda	15,6	0,6

Fonte: Abinee / Empresas

Conforme pode ser visto no quadro a seguir, de todos os produtos ofertados, apenas fogões e refrigeradores apresentam alguma saturação, especialmente os primeiros. Mesmo assim, estima-se que a demanda reprimida por refrigeradores, no final de 1993, era de 8,1 milhões de unidades. Não mais do que 20% das residências possuem lavadoras, freezers, secadoras ou fornos de microondas.

QUADRO 4

PERCENTUAL DE LARES ATENDIDOS EM RELAÇÃO AO MERCADO POTENCIAL -1993

Produto	%
Fogões	96
Geladeiras	78
Lavadoras de Roupa	20
Freezers	14
Condicionadores de Ar	12
Lavadoras de Louças	4
Microondas	4

Fonte: Abinee, Empresas, Banco de Investimentos Garantia

Ao longo das últimas três décadas, o comportamento da demanda pelos produtos de "Linha Branca" foi semelhante ao padrão observado do consumo familiar nacional de bens e serviços.

Em que pese as oscilações na procura provocadas por condições criadas por diversos planos governamentais que objetivavam estabilizar a economia, pode-se generalizar o seguinte: nos anos sessenta houve uma expansão moderada; nos anos setenta, um crescimento muito acentuado; nos anos oitenta, tendência à estagnação.

Neste período, o consumo das famílias apresentava clara segmentação: as faixas A/B sustentavam a expansão da indústria de bens duráveis, enquanto que as faixas C/D concentravam as despesas em bens não-duráveis.

No final dos anos 80, a oferta nacional de bens de consumo se manteve fortemente dependente da demanda das camadas sociais de renda mais elevada, verificando-se uma uniformização da parcela gasta com bens duráveis nas diversas faixas, em torno de 7,5% do total das despesas familiares, segundo estudo especial I - Mercado de Consumo: Evolução e Perspectivas.¹

No início da década de 90, o mercado interno continuou deprimido, marcado pela concorrência com produtos importados (especialmente automóveis e bens de consumo portáteis) e, por novas reduções no nível de emprego, geradas pelos ajustes efetuados pelas empresas em busca de maior competitividade.

¹Banco Fator- Caderno de Mercado de Capitais- Abril/95

De 1992 à 1994, observou-se recuperação do consumo devido mais a recomposição dos salários do que a expansão do nível de empregos.

O Plano Real criou as condições para o crescimento generalizado da demanda, principalmente de bens duráveis. Moeda forte, estabilização, aumento da massa salarial e do crédito (formal e informal), foram os fatores de impulso inicial. Também foram verificadas tendências baixistas de preços dada a maior concorrência entre as empresas.

No presente, há sinais de retração, devido ao esgotamento da capacidade de endividamento da população, face ao real poder de compra dos salários e às altas taxas de juros praticadas pelo sistema financeiro. As recentes medidas tomadas pelo governo destinadas a conter o crescimento do consumo, também contribuíram para dificultar as vendas a prazo, característica das vendas dos produtos de "Linha Branca".

OFERTA

Inúmeras empresas nacionais produzem e comercializam eletrodomésticos não portáteis da "Linha Branca", sendo que a grande maioria atua oferecendo apenas alguns produtos da linha. Destacam-se no setor as empresas Multibrás, do Grupo Brasmotor, sendo esta a única que produz todos os eletrodomésticos da "Linha Branca", e a empresa Refrigeração Paraná S.A. - REFRIPAR, como as de participação mais intensa no setor, sendo que juntas respondem por cerca de 81% do faturamento do setor no mercado interno.

A Multibrás S.A. é detentora das conhecidas marcas Brastemp, Consul e Semer, enquanto que a Refripar, que até o final de 1994 produzia aparelhos com as marcas Prosdócimo, Climax e White Westinghouse, a partir de 1995 decidiu firmar no mercado a marca Prosdócimo, adotando-a como única para os produtos da empresa. No final desse item, serão abordados estes dois grupos empresariais com maior grau de detalhamento.

A comercialização da produção da indústria, para os consumidores finais, se faz principalmente através das grandes lojas de comércio varejista e supermercados como Casas Bahia, Pernambucanas, Ponto Frio, Casa Garson, Arapuã, Globex, Mappin, Mesbla, Carrefour e Sendas, entre tantas outras.

O quadro 5, a seguir, apresenta as principais empresas e marcas concorrentes no setor, os produtos de "Linha Branca" que estas empresas industrializam e o percentual aproximado de mercado que cada uma deteve em 1994.

QUADRO 5

OFERTA DE ELETRODOMÉSTICOS NÃO PORTÁTEIS "LINHA BRANCA"

BRASIL - 1994

EMPRESA / MARCA	P R O D U T O S (% D E M E R C A D O)								
	FOGÃO	REFRIGE RADORES	F R E E Z E R		LAVADORAS		**	FORNOS	CONDICION
			HORIZONT	VERTICAL	ROUPA*	LOUÇA	SECADORA	M.ONDAS	DE AR
MULTIBRÁS / BRASTEMP	13	17		12	60	42	20	22	
/ CONSUL		47	30	37				8	48
/ SEMER	11								
REFRIPAR / PROSDÓCIMO		35	34	51	15			17	4
CONTINENTAL	28				11	8		9	
METALFRIO			24						
ENXUTA					14	50	80		1
ESMALTEC	14	0,5	3						
DAKO	28								
SPRINGER									38
SHARP								28	
PANASONIC								16	
ELGIN									7
SANYO									2
GERAL	6								
REUBLI			7						
GELTEC			2						
AM-STEIGLEDER		0,5							

Fonte: Empresas do Setor

Elaboração: BNDES

* Automáticas com centrifugação (não inclui as populares conhecidas como "tanquinhos")

** Por centrifugação (não inclui os modelos por circulação de ar)

Algumas empresas listadas no quadro anterior, além dos produtos mencionados, produzem outros eletrodomésticos. A Elgin, por exemplo, tem nas máquinas de costura o principal produto de sua linha, enquanto que as empresas Sharp, Panasonic e Sanyo têm maior presença no segmento de Bens de Consumo Eletrônicos, com produtos de áudio e vídeo. O quadro demonstra que a oferta é bastante concentrada em quatro empresas: Multibrás, Refripar, Continental e Enxuta.

Das empresas que produzem fogões a Multibrás e a Continental direcionam seus produtos para as classes A e B enquanto a Dako, embora com grande volume de produção, introduz pouca sofisticação nos fogões e consegue, via preços, atender aos consumidores de menor renda. A Esmaltec, que fornece ao mesmo tipo de consumidor buscado pela Dako, concentra suas vendas no Nordeste e Norte do país, regiões mais próximas de sua fábrica situada em Fortaleza - Ceará.

O mercado de refrigeradores e freezers é dominado amplamente pelas líderes Multibrás e Refripar com quase 100%, sendo que a Metalfrio, uma empresa tradicional no setor, vem conseguindo manter uma expressiva participação de mercado no segmento de freezers horizontais (24%), utilizados principalmente em estabelecimentos comerciais para sorvetes e refrigerantes. Item relevante nesta produção são os compressores, cujo mercado nacional é controlado pela Embraco, empresa do grupo Brasmotor. A Multibrás é a única que possui produção própria de compressores, fornecendo inclusive para os concorrentes.

Nas lavadoras, mais uma vez destaca-se como líder de mercado, a Multibrás, através de produtos sofisticados, com alto grau de tecnologia e automação. As empresas Continental e Refripar têm uma participação de mercado reduzida, neste produto, mas acompanham de perto o padrão tecnológico da Multibrás. A Enxuta, que tem uma parcela de mercado expressiva em lavadoras de louças (50%) e secadoras (80%), tem produtos mais simples e de mais baixo preço, destinados a consumidores de menor renda.

Estas empresas são bastante verticalizadas, fabricando a grande maioria dos bens necessários para sua produção. Está em realização um processo de racionalização e otimização das unidades, concentrando determinadas linhas em uma só unidade. O trabalho de transferência de atividades produtivas para os fornecedores é incipiente.

Com relação aos fornos de microondas, estes são constituídos basicamente de dois componentes: o gabinete, em chapa de aço, e o magnetron, um componente eletrônico que emite a microonda responsável pelo funcionamento do produto.

Das empresas que comercializam fornos com suas marcas no mercado interno, umas adquirem de terceiros o produto acabado, algumas produzem o gabinete e incorporam o magnetron importado principalmente da Coreia e do Japão, e outras produzem em regime de OEM, para terceiros, o forno completo. O magnetron ainda não é produzido no Brasil.

A Sanyo da Amazônia, por exemplo, produz e comercializa fornos microondas com sua própria marca e também fabrica o produto para a Refripar, com a marca Prosdócimo, e também para a Philco e para a Continental com suas respectivas marcas.

De acordo com dados da Abinee e da Eletros, conforme o quadro a seguir, as vendas da "Linha Branca", por produto, nos últimos anos tiveram o seguinte comportamento:

QUADRO 6

VENDAS DE ELETRODOMÉSTICOS - LINHA BRANCA

ELETRODOMÉSTICOS	Em Mil Unidades				
	1990	1991	1992	1993	1994
Fogões	2.222	2.570	2.378	2.706	3.100
Refrigeradores	1.910	2.117	1.382	1.656	2.500
Freezers	860	889	511	700	950
Lavadoras de Roupa	nd	nd	118	135	720
Lavadoras de Louça	225	181	118	135	150
Secadora	333	352	125	152	135
Microondas	209	262	306	385	510
Condicionadores de Ar	427	330	263	330	420
TOTAL	6186	6701	5.201	6.199	8.485

Fonte: Abinee/Eletros-Lopes Filho

PADRÃO DE CONCORRÊNCIA

No padrão de concorrência do setor são itens importantes: preço, rede de distribuição, marca, assistência técnica, gastos em propaganda e marketing, e, segmentação dos produtos por tamanho e faixa (popular, médio, luxo). O grau de tecnologia é baixo, e as diferenciações são justificadas pelas suas características funcionais, de "design" e de acabamentos.

As vendas são marcadas por sazonalidades: historicamente o consumo é menor no início do ano, intensificando-se ao final, basicamente em função das festas natalinas, do início do verão, e do recebimento de 13º salário pelos trabalhadores formais. Recomposições salariais em datas-base diferenciadas, mês das noivas e dia das mães em maio, assim como movimentos de retirada de recursos das cadernetas de poupanças são indicadores de perspectivas de elevação de vendas durante o ano.

Os principais clientes são as grandes lojas e redes de comércio varejista. As empresas dispõem ainda de oficinas de prestação de serviços pós-venda.

A abertura da economia ao comércio exterior, a partir de 1990, não afetou significativamente a oferta nacional, no que se refere ao volume importado. Isto se deve à competitividade do produto nacional e ao elevado custo de internação dos produtos, especialmente os gastos com fretes e portos. Segundo a Abinee, em notícias veiculadas pela imprensa, um "container" com 78 geladeiras custa em torno de US\$ 6 mil vindo da Ásia, ou, US\$ 5 mil, vindo dos EUA. Estima-se que menos de 1% da oferta destes produtos seja importada, estando concentrada em bens de maior valor agregado, ou de luxo, destinados às classes de maior poder aquisitivo. A linha básica, tradicional, para a qual a indústria nacional está voltada, não sofreu maiores impactos.

Por outro lado, a abertura do comércio e o fim do índice de nacionalização provocaram uma maior concorrência entre os fabricantes aqui instalados, verificando-se uma tendência de queda nos preços internos.

A maior concorrência também impulsiona as empresas nacionais a buscarem novos espaços comerciais no exterior. Embora as exportações totais dos bens de "Linha Branca" não sejam expressivas, para as empresas, individualmente, reveste-se de importância em termos de receitas adicionais, reconhecimento de marcas e aprimoramento da qualidade.

QUADRO 7

COMÉRCIO EXTERIOR - EXPORTAÇÕES POR EMPRESA

EMPRESA	Em US\$ Milhões FOB			
	1991	1992	1993	1994
Enxuta	2.331	3.424	1.961	nd
Multibrás	21.181	23.217	10.331	45.823
Prosdócimo	9.257	21.427	36.407	nd
Continental	8.737	14.833	nd	nd
Consul	38.404	53.863	38.327	nd
Metalfrio	nd	1.986	5.915	nd
TOTAL	79.910	98.800	92.941	45.823

Fonte:ALICE/SECEX

EMPRESAS PRINCIPAIS**GRUPO BRASMOTOR / MULTIBRÁS**

O Grupo Brasmotor, através da empresa Multibrás e das marcas Brastemp, Consul e Semer, fabrica e comercializa, com participação expressiva de mercado, todos os produtos da linha, inclusive detendo a liderança nas vendas de refrigeradores, lavadoras, condicionadores de ar e fornos de microondas.

O Grupo, que além da Multibrás controla também a Embraco (produtora de compressores herméticos para refrigeração), entre outras empresas, iniciou suas atividades em 1945 através da importação, montagem e distribuição de veículos Chrysler. Em 1994, o faturamento do Grupo Brasmotor foi de US\$ 2,1 bilhões.

Suas atividades em "Linha Branca" iniciaram-se em 1951 com a criação da indústria de eletrodomésticos Multibrás e, a seguir, em 1958, estabeleceu uma "joint-venture" com as empresas americanas Whirpool e Sears para diversificar a produção de equipamentos da linha. Em 1972, a Multibrás transformou-se na empresa Brastemp e, em 1976, o Grupo adquiriu o controle acionário da Consul (concorrente da Brastemp) e o controle da Embraco. Posteriormente, em 1984, o Grupo incorporou também a Semer, fabricante de fogões populares, ampliando sua participação no segmento de "Linha Branca".

Visando a redução de custos administrativos e o aproveitamento da sinergia entre as empresas, em abril de 1994 foi recriada a empresa Multibrás S.A. Eletrodomésticos, desta vez absorvendo a Brastemp, Consul e a Semer que, apesar de extintas como empresas, tiveram suas marcas conservadas em função de estarem consolidadas no mercado e serem bastante conhecidas pelo público consumidor.

A Multibrás, em 1994, produziu cerca de 4 milhões de unidades de eletrodomésticos, investiu US\$ 15 milhões em pesquisa e desenvolvimento de produto e deteve 65% do faturamento global das empresas nacionais de "linha Branca". Em 1994 faturou US\$ 1.050 bilhão.

Atualmente, conta com 10.600 empregados e dispõe de fábricas em 4 regiões: São Paulo (fogões); Joinville (refrigeradores e condicionadores de ar Consul); Rio Claro/SP (lavadoras Brastemp) e São Bernardo do Campo (produtos de refrigeração Brastemp). A Multibrás controla também a empresa Brastemp da Amazônia S. A. inaugurada em 1992 em Manaus, onde são fabricados fornos de microondas.

O Grupo norte americano Whirlpool Corporation (apontado como o maior produtor mundial de "Linha Branca"), está interligado à Multibrás através da Whirlpool do Brasil LTDA, subsidiária da empresa americana, que tem 43% das ações ordinárias da Multibrás e 31% do capital total. A Whirlpool Corporation tem 31% do capital da Brasmotor e fornece suporte tecnológico ao Grupo. Em 1993, a Brasmotor adquiriu 40% do capital de Whirlpool Argentina, visando uma maior participação no Mercosul.

GRUPO BRASMOTOR / EMBRACO

A Embraco - Empresa Brasileira de Compressores, também controlada pela Brasmotor, é considerada a 2ª empresa, a nível mundial, na produção de compressores herméticos para refrigeradores (logo atrás da Matsushita do Japão), detendo 17% do mercado mundial deste produto. No Brasil, a empresa participa com 70% do mercado de compressores que também é atendido pela empresa SICOM (subsidiária da Norte Americana T.Champs), em São Carlos/SP.

No início de 1994, adquiriu da Whirlpool Co., por US\$ 107 milhões, a fábrica de compressores herméticos Compressori Italia SpA, em Riva de Chieri - Turim / Itália, hoje Embraco Europe SrL, onde estes produtos são produzidos com a marca Aspera.

Esta operação deu a empresa uma maior penetração no mercado europeu onde encontrava alguma resistência para colocação do seu produto fabricado no Brasil. A fábrica italiana produz hoje 5 milhões de unidades/ano e a Embraco pretende ampliá-la em mais 2 milhões até 1996.

A Embraco, que conta com 6.700 empregados no Brasil e 1.800 na Europa, fabrica atualmente cerca de 500 tipos de compressores e produziu, em 1994, 10,1 milhões de unidades na fábrica de Joinville/SC e 4,9 milhões de unidades na fábrica italiana. Realizou vendas líquidas, naquele ano, no valor de US\$ 350 milhões no Brasil e US\$ 145 milhões na Italia.

A empresa coloca seus produtos em mais de 60 países e, em 1994, cerca de 66% de sua produção foi exportada, gerando receitas de US\$ 223 milhões.

A Embraco está em negociações para aquisição de 52% do capital de uma empresa estatal chinesa (Beijing Snowflake Electric Appliance Group Corporation), buscando a formação de uma "joint venture" para, inicialmente, produzir cerca de 1 milhão de compressores/ano, naquele país, já no próximo ano. Se alcançado este objetivo, a produção global da empresa em 1996 poderá ser de aproximadamente 19.8 milhões de unidades, considerando-se que esperam ampliar também a produção no Brasil para 11.8 milhões de compressores/ano.

REFRIPAR

A Refrigeração Paraná - REFRIPAR vem em 2º lugar no "ranking" de empresas nacionais produtoras de "Linha Branca", tendo alcançado, em 1994, uma participação de 16%, em faturamento, no mercado interno. Dos produtos abordados neste estudo, a empresa só não produz fogões, lavadoras de louças e secadoras, optando por ter a sua atuação mais centrada em artigos de refrigeração.

Fundada em 1949, no Paraná, iniciou suas atividades produzindo refrigeradores e, em 1961, começou a fabricação de freezers verticais. Em 1982, adquiriu o controle das Indústrias Pereira Lopes, antiga Climax Indústria e Comércio S. A., localizada em São Carlos/SP.

Em 1991, a Refripar firmou acordo de transferência de tecnologia com a Sanyo japonesa, nas áreas de refrigeração e eletrônica de consumo, além de adquirir o controle da Indústria Elétrica Sanyo do Brasil LTDA. Este acordo viabilizou a implantação de uma fábrica de condicionadores de ar nas instalações industriais de São Carlos/SP.

A empresa tem o seu controle de capital em poder da holding Umuarama, com 58% das ações ordinárias, sendo que através de um sistema de sobreposição de holdings o controle efetivo pertence ao empresário Sergio Marcos Prosdócimo, presidente da empresa.

A Refripar tem ainda participação acionária da Eletrolux sueca (líder europeia no setor), com 10% do capital votante, e do grupo Bradesco com 13%. A Sanyo japonesa e o grupo financeiro Bamerindus têm participação acionária nas holdings Umuarama e PCN.

A empresa que, atualmente, tem 4600 empregados, possui duas fábricas em Curitiba/PR, em que produz refrigeradores, freezers horizontais e verticais e máquinas de gelo; uma fábrica em São Carlos/SP onde são fabricados refrigeradores, lavadoras de roupa e caixas para condicionadores de ar e fornos de microondas, além de uma unidade em Manaus para montagem de condicionadores de ar, em parceria com a Sanyo da Amazônia S. A.

A Refripar, que está buscando obter o certificado ISO 9000 ainda em 1995, em termos de tecnologia tem domínio para produção de refrigeradores e congeladores. Recebe tecnologia da Sanyo japonesa para produzir condicionadores de ar, estando desenvolvendo, com apoio da Eletrolux sueca, uma lavadora de roupas com alimentação frontal "Front Load" a ser lançada em 1995/96.

Em 1994, a empresa produziu 1,4 milhão de produtos e faturou US\$ 385 milhões, sendo que a participação no faturamento, por produto, foi de 57% em refrigeradores; 18% freezers verticais; 12% freezer horizontais; 10% lavadoras de roupas; 1% condicionadores de ar e 2% em outros produtos. As exportações atingiram US\$ 16,6 milhões, representando 4,3% do total, sendo que 46% destas exportações foram para Argentina e 31% para o Paraguai.

A Refripar compra da Embraco (Grupo Brasmotor), 80% dos compressores que utiliza em seus produtos de refrigeração, sendo suprida dos 20% restantes pela SICOM, empresa nacional subsidiária da americana T. Champs.

CONTINENTAL 2001 / METALFRIO

A Continental 2001 S. A. Utilidades Domésticas foi vendida em 16/12/94, pela família Giaffone, para o grupo alemão Bosch-Siemens Hausgerate GmbH que adquiriu 100% das ações ordinárias ou 35% do capital total da empresa, permanecendo as ações preferenciais em poder dos antigos controladores.

A empresa que desde a década de 40 é uma tradicional fabricante de fogões, seu principal produto e responsável por cerca de 90% do seu faturamento, vem expandindo nos últimos anos a sua participação de mercado em outros produtos de "Linha Branca", principalmente com lavadoras de roupa.

A mudança no controle acionário visa, além do lançamento de novos produtos, a princípio importados da matriz da controladora, também a modernização e a expansão da fábrica da Continental, de acordo com o programa de investimento da Bosch-Siemens que está orçado em US\$ 112 milhões para o período 1995/1999.

A Continental já vinha utilizando tecnologia da Bosch para a fabricação de lavadoras de roupa e tecnologia da coreana Goldstar na produção de seus fornos de microondas que são montados na Sanyo da Amazônia, sob encomenda.

A empresa, que produz fogões, lavadoras de roupa e de louça e comercializa fornos de microondas, detém o controle acionário (60%) da Metalfrio S. A. Indústria e Comércio de Refrigeração, produtora de freezers horizontais e refrigeradores comerciais, e da Continental Nordeste (também 60%), fabricante de fogões populares e depuradores de ar. O grupo possui fábricas em São Paulo, Recife e Manaus e comercializa, de acordo com a faixa de mercado, as marcas Bosch, Continental e Brasil.

A Continental faturou, em 1994, US\$ 250 milhões e espera um crescimento, em 1995, de 14%, alcançando US\$ 285 milhões. Os investimentos para 1995 deverão chegar a US\$ 18 milhões e, nos próximos anos, manter uma média anual de US\$ 23 milhões, incluindo-se aí a construção de uma nova fábrica para produzir freezers e refrigeradores a serem comercializados com as marcas Bosch, Continental e Metalfrio.

DEMAIS EMPRESAS

Das demais empresas constantes do Quadro 5, a Enxuta também produz eletrodomésticos com razoável grau de tecnologia, sendo bastante competitiva em lavadoras de louça, em função de preço, e em secadoras. A Arno, por outro lado, uma tradicional fabricante de portáteis, produz lavadoras de roupa populares, sem centrifugação, conhecidas como "tanquinhos", e dirigidas a consumidores de menor renda. Este produto incorpora tecnologia simples e seu preço gira em torno de 20 a 25% das "top" de linha produzidas pelas principais empresas do setor.

Empresas como a Esmaltec, Dako, Geral, Reubli, AM-Steigleder e Geltec, de um modo geral, atuam em nichos específicos de mercado, com produtos mais simples e de menor preço, sendo que algumas delas são empresas tradicionais no sul do país.

5 - TENDÊNCIAS

Na busca por maior competitividade e ganhos de novas parcelas de mercado, o setor vem passando por uma reestruturação que envolve mudanças internas nas práticas administrativas e de produção, fusões e aquisições, fortalecimento de marcas e desaparecimento de outras.

As empresas Brastemp, Semer e Consul passaram por um processo de fusão, transformando-se na empresa Multibrás, sendo conservadas sobretudo, aquelas marcas.

A Refripar, que comercializava também as marcas Clímax e White Westinghouse, unificou-as, exclusivamente, sob a marca Prosdócimo.

Dado que as importações não apresentam vantagens significativas, até o momento, e o elevado potencial de crescimento do mercado nacional, algumas empresas estrangeiras têm noticiado a disposição de aumentar suas participações internas através da instalação de unidades ou da formação de parcerias com as indústrias locais.

A Continental 2001 foi comprada pelo conglomerado Bosch-Siemens, anunciando investimentos de US\$ 112 milhões na área industrial. A Electrolux e a GE estudam a entrada no mercado e a CCE já noticiou planos de atuar além do segmento de áudio e vídeo, possivelmente através de associação com empresas coreanas, disputando o mercado de lavadora de roupas e refrigeradores.

A Dako, tradicional produtora de fogões, dirigidos para as classes C e D, está lançando uma linha de produtos que inclui tanquinhos, centrífugas e lavadoras de roupas, visando o mesmo público alvo de seus fogões.

O grupo argentino Aurora, que, no Brasil, é o fabricante dos acendedores Magiclick, analisa a possibilidade de instalar uma fábrica de lava roupas no estado de São Paulo, com investimento inicial de US\$ 60 milhões.

Em termos de inovações nos produtos, observa-se o lançamento de modelos com linhas arredondadas, de acordo com tendências internacionais; a utilização crescente de novos materiais como forma de ampliar as possibilidades do "design", reduzir custos, peso e espessura, como por exemplo, plásticos substituindo metais, e, poliuretano em vez de lã de vidro. Além disso, é crescente o uso de microeletrônica nos produtos de linha branca.

Outra preocupação do setor é com a redução do consumo energético e dos efeitos ambientais nocivos. Neste sentido, estuda-se mundialmente a produção de máquinas de lavar roupas de eixo horizontal, como as usadas na Europa, que consomem cerca de um terço de energia a menos que as convencionais, e, o lançamento da geladeira "verde", com a substituição do gás CFC (cloroflúor carboneto). No Brasil, a indústria eletroeletrônica está obrigada a colocar o Selo Ruído em todos os seus produtos. Instituído pelo Ministério do Meio Ambiente e da Amazônia Legal, o selo informa o volume de decibéis emitidos.

6 - DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

O faturamento do setor de eletrodomésticos no ano de 1994 foi de aproximadamente US\$ 3,8 bilhões, representando um crescimento de 35,5% sobre o ano anterior. Estima-se que o segmento de linha branca seja responsável por cerca de 86% deste faturamento, o que totalizaria aproximadamente US\$ 3,3 bilhões, sendo o restante atribuído ao segmento de bens de consumo portáteis.

QUADRO 8

SETOR DE ELETRODOMÉSTICOS

ITEM	1990	1991	1992	1993	1994
Faturamento (US\$ Milhões) *	2.826	2.996	2.367	2.783	3.771
Empregos (mil)	nd	55,0	44,0	44,6	46,8
Vendas (Mil unidades) **	6.186	6.701	5.201	6.199	8.485

Fonte: Abinee

* Inclui Bens Portáteis

** Exclui Lavadoras de Roupas em 1990/91

O setor é altamente concentrado: duas empresas são responsáveis por 81% do faturamento. A líder é a Multibrás, mas sua participação de mercado vem se alterando, em função do crescimento dos concorrentes em determinadas linhas antes supridas por esta empresa.

Multibrás e Refripar são as líderes em termos de faturamento total, Continental e Dako são expressivas em termos de volume de vendas, o que se explica pelo mix de vendas diferenciado. Enquanto as primeiras operam com produtos de maior valor agregado, as segundas trabalham com produtos mais populares.

O desempenho das empresas do segmento de "Linha Branca" está diretamente ligado ao poder de compra da população, conforme destacado em item deste relatório relativo à demanda. Para estes produtos o nível salarial e a existência de crédito ao consumidor são variáveis-chaves que afetam as vendas, e, a expansão do mercado de trabalho e do nível de emprego a condição para o crescimento do tamanho do mercado, pela simples inclusão de novos consumidores.

Os últimos 15 anos da história econômica e social brasileira, marcados por inflação ascendente e políticas recessivas agravaram o já precário quadro de concentração de renda na sociedade, com queda do poder de compra da população, redução do nível de emprego e do nível de crédito. A consequência para o setor em questão foi a criação de considerável demanda potencial reprimida e o estreitamento de seu público-alvo, resultando em forte redução do nível de atividade, vendas e faturamento.

Em função da queda na demanda, as empresas partiram para uma política de redução de seus preços, com o objetivo de manter o volume de vendas. Paralelamente a esta estratégia, observou-se um processo conhecido por "downgrade", que significou eliminar certas diferenciações das linhas de produtos, buscando-se o seu barateamento. Isto tornou os produtos bastante semelhantes entre si, reforçando a questão do preço como principal atrativo ao consumidor, sobrepondo-se à marca e ao fabricante, acirrando, desta forma, a já elevada competição do setor.

Com a redução de preços, houve crescimento do volume de vendas e do faturamento em 1990 e 1991 e, nova queda em 1992. No último trimestre de 1992, verificou-se um incremento nas vendas, com redução do nível de ociosidade das empresas. Contudo, como o cenário político e econômico permanecia indefinido, os volumes de vendas oscilaram intensamente. A retomada do crescimento do setor foi intensificada no ano de 1994, principalmente no segundo semestre, em razão da sazonalidade tradicional e da entrada em vigor do Plano Real, que levou a população às compras, incentivada pela expectativa de um quadro de estabilização econômica.

O rápido crescimento da demanda foi atendido pelas empresas, que aumentaram os turnos de produção e, em alguns casos, contrataram mais funcionários. Os variados graus de rapidez com que as empresas acreditaram e responderam ao aumento do consumo, foram responsáveis, em parte, pela alteração de "market-share" verificada para alguns produtos. As empresas que operavam com maior capacidade ociosa foram as mais beneficiadas.

Preocupado com o possível efeito de pressões de demanda sobre os preços e portanto, sobre o processo de controle da inflação, o Governo adotou, em outubro de 1994, medidas monetárias restritivas: aumento do depósito compulsório bancário, redução de prazos de financiamento e proibição de abertura de novos grupos de consórcio. Todavia, embora com taxas de juros reais elevadas, um sistema de crédito informal, especialmente, cheques pré-datados, manteve o consumo em patamares elevados. Posteriormente, o Governo tomou providências destinadas a conter a informalidade destes financiamentos, afetando as empresas especializadas em "factoring".

Restrição ao crédito e juros altos vem afetando o setor, cujos produtos são geralmente comprados a prazo. O elevado custo financeiro de manutenção de estoques e o crescimento do nível de inadimplência da população tem resultado em menos encomendas do comércio à indústria.

Entretanto, os analistas avaliam que o setor tem um bom potencial de crescimento, dado a existência de elevada demanda reprimida e o baixo índice de penetração no mercado de alguns produtos. Esta expectativa se baseia na hipótese de efetiva estabilização econômica, com o retorno do crédito, baixas taxas de inflação e integração de novas parcelas da população ao mercado consumidor. Segundo algumas estimativas² - que, além das hipóteses mencionadas acima traçam um paralelo com o Plano Cruzado, de 1986, - as vendas do setor deverão crescer em torno de 20% ao ano, em média, até o ano 2000.

7 - ENVOLVIMENTO DO BNDES NO SETOR

De acordo com informações da Área de Crédito do BNDES, a posição de envolvimento financeiro do Sistema BNDES com as empresas do setor de eletrodomésticos em 30/04/95 era o seguinte:

². Banco de Investimentos Garantia S.A.

QUADRO 9

CARTEIRA DE CLIENTES ATIVOS BNDES, FINAME E PARTICIPAÇÕES
SOCIETÁRIAS BNDES E BDNESPAR - POSIÇÃO EM 30/04/95

SETOR: ELETROELETRÔNICO/ELETRODOMÉSTICOS				EM US\$ MIL
EMPRESAS	CRÉDITOS BNDES	PARTICIPAÇÕES BNDESPAR #	TOTAL	% SOBRE TOTAL DO SETOR
Metalúrgica Wallig S A *	36.665		36.665	35
Gradiente Eletrônica S A	11.672	10.213	21.885	21
Philco da Amazônia S A	15.581		15.581	15
Colorado Rádio e Televisão S A *	6.312		6.312	6
Wallig Nordeste S A Ind. e Com. *	3.926		3.926	4
Philco Tatuapé Rádio e Tv. Ltda	3.767		3.767	4
Sharp S A Equipams. Eletrônicos		3.508	3.508	3
Triches S A (Enxuta)		3.371	3.371	3
Microlite S A	2.766		2.766	3
Continental 2001 S A Utilids. Doms.	2.584		2.584	2
Ind. e Com. Dako do Brasil S A	1.635		1.635	2
Nissei S A Ind. e Comércio *	1.469		1.469	1
Motorádio S A Com. e Industrial		1.097	1.097	1
TOTAL DO SETOR	86.377	18.189	104.566	100

Fonte: BNDES - AC/DECRED

Posição em 31.03.95

* Créditos integralmente vencidos - em cobrança

No quadro anterior, das empresas do segmento de "Linha Branca", que receberam financiamentos do BNDES e que se encontram em fase de amortização, destacam-se a Continental 2001 S.A. e Ind. e Com. Dako do Brasil S.A.

As empresas Triches S.A. (Enxuta) e a Sharp S.A., também abordadas neste trabalho, têm participação acionária da BNDESPAR.

Em relação a carteira de créditos do BNDES em 30/04/95, que montava em US\$ 19.8 bilhões, a participação das empresas consideradas do setor de eletrodomésticos correspondia a 0,43%, sendo portanto de pouco significado.