



ESTADÃO.COM.BR/Economia

O mercado de TVs e a Copa

12 de junho de 2010 | 0h 00

CELSO MING - O Estado de S.Paulo

Mesmo devendo confiança, a seleção do Dunga parece ter conseguido convencer muito brasileiro a comprar uma TV nova para ver os jogos da Copa do Mundo que começou ontem.

Os cálculos da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros) mostram que, mesmo sem contar com redução de imposto, fator que favoreceu outros segmentos, quase 7 milhões de famílias adquiriram um aparelho zero bala nesse primeiro semestre do ano.

Em ano de Copa, o cronograma das compras do consumidor fica trocado em relação ao que ocorre em outros anos. "Normalmente as vendas do nosso setor se concentram 60% no segundo semestre e 40% no primeiro. Com a Copa, a relação se inverte: 60% no primeiro semestre e 40% no segundo", explica o presidente da Eletros, Lourival Kiçula. Para o ano, a entidade projeta vendas de 11,5 milhões de unidades, crescimento de 20% em relação a 2009 e uma queda de aproximadamente 10% se comparada com as vendas da última Copa, em 2006, antes do mergulho da economia mundial na crise financeira.

Mas a Copa não é o único fator que empurrou o consumidor para as lojas. Apesar da crise lá fora, a economia aqui dentro está aquecida, o emprego está melhorando, o crédito ficou mais fácil e o comércio está oferecendo melhores condições de financiamento. Algumas redes de varejo vêm parcelando a compra em até 30 vezes. Ou seja, o consumidor que aceita essas condições ainda estará pagando seu aparelho de TV quando começarem as eliminatórias para 2014.

Os lançamentos de novas tecnologias são outro chamariz. É forte a disposição de trocar o velho aparelho de tubo por modelos mais avançados, com tela de plasma, imagem em alta definição, LCD, LED e até tecnologia 3D.

As vendas de TVs da nova geração ultrapassaram em março a dos modelos convencionais. E, como aponta Kiçula, este deve ser o primeiro ano em que o volume vendido das TVs fininhas irá superar o de TVs mais gordinhas. No ano passado, a fatia das TVs planas foi de 45% e a de TVs de tubo, 55%.

A nova tecnologia tem lá seu custo. Quanto mais avançado o aparelho, mais caro ele é. Mas, ainda assim, a boa notícia de que nos dá conta a repórter do Estado Márcia De Chiara é a de que, desde a Copa de 2006, os preços dos televisores de última geração caíram mais de 70%.

Não há uma única explicação para isso. Começa com a valorização do real (queda da cotação do dólar de quase 20%), que baixou os preços dos componentes importados. Mas também têm de ser levados em consideração a evolução tecnológica, montagem de muitas

linhas aqui no Brasil e aumento de escala de produção.

Daqui para frente somente mais um fator - o bom desempenho da seleção brasileira - pode influenciar as vendas não só de TVs, como também de produtos ligados ao futebol (camisas, bandeiras), além de cerveja, fogos de artifício e, até mesmo, pipoca e amendoim.

Baseado no que aconteceu nas Copas anteriores, o economista-chefe da Associação Comercial de São Paulo, Marcel Solimeo, entende que "o entusiasmo por consumir produtos ligados à Copa crescerá à medida que a seleção for ganhando as partidas, especialmente se chegar à final." / COLABOROU ISADORA PERON