

ECONOMIA

Ovos têm 39% de impostos

Pesquisa aponta que no preço dos ovos de Páscoa 39% são de impostos. Nos vinhos, a tributação é de 54,74%

Faltando mais de um mês para a Páscoa, muitos pais já pesquisam preços, enquanto as fábricas lançam variadas opções de produtos para agradar as crianças. São ovos de chocolate de muitos sabores, com brinquedos, bonecos, relógios, entre outros atrativos. Qualquer que seja o produto, no entanto, sempre haverá um recheio indigesto: os impostos embutidos nos preços.

Um levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT) mostra que o consumidor, ao comprar um ovo de chocolate, paga 39,2% de impostos.

O presidente do instituto,

Gilberto Luiz do Amaral, explica que é como se uma pessoa comprasse três ovos de páscoa e levasse para casa apenas dois, ou até um pouco menos.

Outro produto tradicionalmente servido na Sexta-Feira Santa, o bacalhau, acompanhado de batatas, cebola, ovos e azeitona, traz embutidos 29,17% de tributos. Quando a celebração for acompanhada de vinho, lá se vão mais 54,74% referentes a impostos.

Os bombons e a colomba pascal também são amargos para o bolso. Respectivamente, o consumidor paga 38,80% e 38,68% de impostos nesses produtos.

A média de tributos embutidos

IMPOSTOS

Peso dos impostos sobre os preços

- Ovo de Páscoa - 39,20%
- Bombons - 38,81%
- Colomba pascal normal - 36,02%
- Colomba pascal chocolate - 38,68%
- Coelho de pelúcia - 31,12%
- Vinho - 54,74%
- Cartão de Páscoa - 37,68%
- Papel celofane - 35,68%
- Fita para cesta - 35,20%

Fonte: IBPT.

em todos os produtos típicos da Páscoa chega a 38%, segundo Amaral. Ou seja, a cada R\$ 100,00 em compras, R\$ 38,00 são de impostos.

Apesar de a data comemorativa chamar a atenção, a tributação embutida nos preços não é exclusividade da Páscoa. Ao

comprar qualquer produto, os brasileiros têm de arcar com uma carga tributária desconhecida.

O advogado tributarista Sandro Rizzato lembra que, nos produtos de supermercados, há incidência direta do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) e do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI). "Mas tem outros que incidem sobre o faturamento da empresa", destaca.

Os percentuais também variam de acordo com o grau de essencialidade do que se compra. O papel higiênico, por exemplo, tem um IPI menor do que um creme para rugas.

Segundo ele, deveria haver uma legislação específica para as lojas informarem qual o percentual de impostos embutidos nos preços, para que os consumidores soubessem o que estão pagando realmente. Rizzato admite, porém, que é difícil discriminar os impostos, porque são muitos.

FÁBIO NUNES - 04/04/2006



Exposição de ovos de Páscoa: estudo mostra os impostos embutidos nos produtos mais consumidos no mês de abril

Consumidores reclamam de carga tributária

A carga tributária que atinge os brasileiros chega a 38,8% do Produto Interno Bruto (PIB), mas passa despercebida quando se trata dos produtos comprados em supermercados.

Quem enche um carrinho com compras necessárias para o dia-a-dia não sabe o quanto está pagando pelo produto e qual o peso dos impostos no preço final.

Um levantamento da Associação Capixaba de Supermercados (Acaps) mostra que, entre os alimentos, o índice varia de 13,08% para o feijão carioca a 38,28% no óleo de canola. Para lavar roupa,

paga-se até 41,15% de impostos em um quilo de sabão em pó.

"É um absurdo. A gente sente isso na pele", reclama Heloísa Abaurre, funcionária pública do Tribunal de Justiça do Estado, que ontem fazia compras ao lado da filha Júlia.

Segundo ela, além de não ser informadas sobre os impostos que estão pagando, as pessoas não vêem esse dinheiro voltar em benefícios.

Ela diz que os tributos deveriam ser informados, pois esse é um direito dos consumidores. "E também seria uma forma de po-

der boicotar alguns produtos", acrescenta.

Para o administrador Daniel Rezende, saber quanto se paga de impostos facilitaria a cobrança de benefícios como forma de retorno. "Deveria ter informação de quanto se paga de imposto e para qual órgão público vai o dinheiro", afirma.

Ao lado de Rezende e do arquiteto Sérgio Caus, a estudante de Medicina Ana Carolina Souza lembra que em alguns países os estrangeiros até recebem de volta o dinheiro referente aos impostos. "É um incentivo para o

turismo", comenta.

O desejo de ver as informações sobre os impostos nas embalagens pode se tornar realidade. Tramita no Congresso um projeto de lei do deputado Raimundo Santos (PL-PA) que prevê essa medida.

O tributarista Sandro Rizzato considera a idéia positiva, mas ainda vê alguma dificuldade de que essa ação se torne obrigatória.

Segundo ele, para o governo é melhor que o contribuinte não saiba quanto paga de impostos. "Quem não sabe não reclama", explica.

Pesquisa sobre DVDs piratas

SÃO PAULO - Uma pesquisa Datafolha encomendada pela União Brasileira do Vídeo (UBV) mostra que apenas um em cada três consumidores brasileiros (35%) compra exclusivamente DVDs e fitas de vídeo originais.

O público que rejeita DVDs e fitas piratas é formado majoritariamente por adultos com formação educacional e poder aquisitivo acima da média, de acordo com a conclusão do levantamento.

Na outra ponta do mercado consumidor, os que assumem comprar somente produtos ilegais (17% dos entrevistados) são adultos, em sua maioria casados, mais pobres e com menor escolaridade.

Já o público que adquire DVDs e vídeos tanto legais quanto ilegais responde por 20% do total de pessoas ouvidas. O restante não opinou.

A pesquisa revelou também que a criação ou transação de produtos piratas ainda é realizada principalmente fora de casa: apenas 3% baixam filmes pela internet e 2% fazem suas próprias cópias.

Segundo o levantamento, grande parte da população desconhece a relação entre pirataria e crime organizado.

O público fiel aos DVDs originais destacou algumas vantagens desses produtos. Entre elas, estão os extras (cenas dos bastidores das filmagens, cenas excluídas da edição final, entrevistas com atores e diretores etc.), que são assistidos por 58% desse público.

Outros motivos citados para se comprar um DVD original são o desejo de se colecionar o material (47%) e a intenção de presentear alguém (48%).

Os fiéis aos originais relacionaram ainda alguns possíveis prejuízos da pirataria — vírus ao baixar o material da internet, citado por 65%, e supostos danos ao aparelho tocador de DVD, citado por 64%.

A pesquisa, quantitativa, ouviu 535 pessoas nas principais cidades brasileiras. Entre os entrevistados que assumiram consumir apenas produtos piratas (17% do total), a maioria é de Brasília (24,6%), seguida por consumidores de Belo Horizonte (22,2%), Recife (20,7%), São Paulo (13,5%), Rio de Janeiro e Porto Alegre (9,5%).

Foram ouvidos homens e mulheres de 16 a 54 anos, das classes A, B e C, em novembro de 2006.