

Indústria eletroeletrônica vende 19% menos até maio

Conjuntura Volume vendido pela indústria ao varejo caiu 19% até maio; na linha branca, recuo foi de 24%
Venda de eletro não deve crescer neste ano

Adriana Mattos
De São Paulo

As vendas da indústria de eletrônicos e eletrodomésticos neste ano devem, na melhor das hipóteses, empatar com o volume vendido em 2021, mesmo com a Copa do Mundo em novembro. A projeção é da Associação Nacional dos Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros). No ano passado foi registrada queda de 7,2% em relação a 2020.

Esse cenário não é muito diferente do que está ocorrendo no resto do mundo. A empresa de dados Statista projeta recuo de 2,7% na venda em valor (não estima volume) em 2022, mesmo com alta inflação nos preços desses produtos nos países, o que indica volumes vendidos menores, após a crise nas cadeias de suprimentos.

No Brasil, de janeiro a maio houve queda de 19% nas vendas em volume ao varejo em relação ao mesmo período do ano passado, diz a Eletros, para 31,4 milhões de unidades. O recuo reflete a base mais forte de comparação — o setor ainda se beneficiava no começo de 2021 do auxílio emergencial — e a desaceleração na demanda de bens atrelados ao crédito e juros.

A entidade não faz projeções em valor, mas o varejo estima alta de um dígito alto a dois dígitos baixos em faturamento por conta da escalada inflacionária, reflexo da aceleração no valor dos insumos.

"O consumidor ainda está muito retraído. A venda desses produtos de maior valor é altamente dependente de nível de confiança, e

mesmo voltando gradualmente o emprego, a decisão de adquirir um bem, como TV ou geladeira, é algo que depende de um cenário positivo maior", disse Jorge Nascimento, presidente da Eletros, após abertura da Eletrol Show, feira do setor.

"Esperamos uma recuperação moderada dos resultados no segundo semestre, por conta de datas importantes para o varejo como o Black Friday, Copa do Mundo e o Natal. Mas ainda não sabemos como o consumidor deve se comportar. É preciso ver se o fato de termos duas datas fortes na mesma semana [início da Copa e Black Friday, na última sexta-feira de novembro] terão mesmo efeito positivo". Nascimento diz que há sinais ainda de busca de repasses, pela indústria, de alta no preço de aço e plástico, mas que há menos espaço para reajustes neste ano.

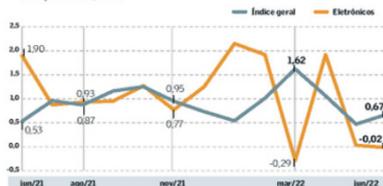
Empresas de análise ouvidas ontem ressaltam que o quarto trimestre pode surpreender, passado o período eleitoral, pela base fraca de comparação de 2021, e por prováveis efeitos positivos de uma inflação cedendo um pouco.

"Nós estamos mais cautelosa-mente otimistas que os outros. Há o dinheiro que entra na economia com as eleições, a liberação dos R\$ 1 mil do FGTS e a redução na inflação que libera renda ao consumidor", disse Felipe Mendes, diretor-geral a GfK Brasil. "Se olharmos o varejo, a venda direta das empresas 'puras' digitais e dos regionais caiu 6% de janeiro a junho, mas o 'marketplace' subiu 20%. O bom desempenho vai depender mais do que nunca de acertar a estrate-

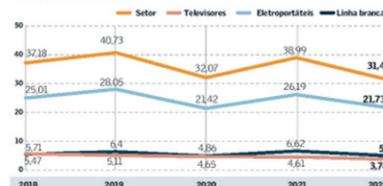
Desempenho

Dados do mercado de produtos eletroeletrônicos

Preços, segundo o IPCA
Variação mensal, em %



Volume de vendas
Em milhões de unidades



19% foi a queda geral das vendas de eletroeletrônicos em volume nos cinco primeiros meses deste ano, na comparação com o mesmo período de 2021

24% foi a redução do volume vendido de produtos de linha branca nesse período, o que inclui fogões, geladeiras e lavadoras de roupas

Fonte: Eletros e IBGE. Elaboração: Valor Data

gia nos canais, no portfólio e na relação entre os parceiros."

Ainda pode existir um impacto benéfico, especialmente para indústrias que atendem a alta renda, da chegada da tecnologia 5G, que estimulará progressivamente a venda de produtos conectados.

Segundo a Eletros, o segmento de linha branca (refrigeradores, fogões e lavadoras) apurou retração de 24% nas vendas entre janeiro e maio de 2022, com 5 milhões de unidades vendidas ao varejo. "Houve um forte pico nas vendas destes produtos nos últimos dois anos. É natural que haja retração, afinal, estes produtos são de vida útil longa", diz Nascimento.

O mercado de televisores apurou queda de 18,5%, para 3,76 mi-

lhões de unidades neste ano. A venda foi a menor desde, pelo menos, 2018. Há uma expectativa de que, como a última grande troca do parque de TVs no país foi na Copa no Brasil, em 2014, há um volume de aparelhos mais antigos (uma TV com 8 a 10 anos hoje já é considerada ultrapassada) abrindo espaço para uma renovação.

No setor de portáteis, que abrange 29 categorias de produtos, o recuo foi de 17%. Apesar dessa retração, a Eletros diz que essas linhas começaram a apresentar reação nos últimos dois meses. "Eles estão votando a crescer, e a recuperação no mercado de duráveis começa por eles, então isso pode ser um sinal animador para o resto do ano", afirma Nascimento.

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Valor Econômico - São Paulo/SP

Seção: Empresas **Caderno:** B **Página:** 5