

Juros e preços altos mudam hábitos e derrubam vendas

Consumo Brasileiro busca mais prazo para pagar e inadimplência vai subir

Juro alto traz passado de volta, com vendas fracas

De São Paulo

A combinação da pressão inflacionária com a alta nos juros provocou queda de vendas na indústria, varejo e serviços no primeiro semestre e levou setores a rever projeções para o ano. Ao mesmo tempo, o consumidor de produtos que não são de primeira necessidade voltou a adotar hábitos que no passado marcaram os tempos de inflação elevada: passou a comprar de forma parcelada e parcelamento mais longo, a escolher produtos menos sofisticados, como no caso de computadores e televisões, ou simplesmente deixou de comprar, como tem acontecido com carros.

Aliado à perda do poder de compra, o impacto do crédito mais restrito e caro já começou a aparecer nos índices de inadimplência de grandes redes de varejo e loja empresariais e especialistas a prever que, nos próximos meses, mais pessoas deixarão de cumprir com dívidas de financiamento.

Projeções do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo e Mercado de Consumo (Ibervar) indicam tendência de alta na taxa de pessoas físicas com atrasos em pagamentos acima de 90 dias. A estimativa para julho é de 4,49% e de 5,40% e 5,10% em agosto e setembro, respectivamente.

A retração nas vendas é mais nítida em produtos dependentes do crédito, como eletroeletrônicos, automóveis e material de construção. A venda de notebooks caiu 18,9% de janeiro a maio em relação ao mesmo período de 2021, segundo a GfK, empresa de estudos de mercado.

No caso dos carros zero-quilômetro, as vendas recuaram 15% de janeiro a junho, levando os dirigentes do setor a reduzir a projeção de crescimento para o ano de 9% para praticamente zero.

Embora os dirigentes da indústria automobilística sustentem que a queda nas vendas se deve, em grande parte, à falta de semicondutores, concessionários relatam que há menos movimento nas lojas e as filas de espera pelos veículos mais procurados também têm diminuído.

No setor da construção, já não se vê a euforia para reformar a casa como ocorreu no início da pandemia, um sinal de que o brasileiro tem evitado se endividar com o que não é de primeira necessidade. A Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção (Anamac) projeta expansão de 1,5% este ano, abaixo do que estimam supermercados (2,8%) ou farmácias (20%).

Para se manterem competitivos, as lojas não têm repassado toda a recente escalada nos juros, segundo Gerardo Defalco, presidente da entidade. "O que nos ajuda é a elevada oferta de crédito nos mercados e competição nas linhas entre os bancos", diz.

Alta dos juros e restrições ao crédito afetaram em cheio setores que previam recuperação em 2022. No caso dos carros, por meio de bancos próprios, montadoras conseguem bancar parte da alta dos juros e oferecem até financiamento com taxa zero. Mas são planos de curta duração,

em torno dos 18 meses. Restrições ao crédito levaram a venda financiada de veículos novos à mais baixa participação dos últimos anos — 36,4% no primeiro semestre, segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos (Anfavea). Antes da pandemia, o financiamento representava 50% a 60% das vendas.

Esse "socorro" ao consumidor é insuficiente, porém, para compensar a forte elevação dos preços que se viu nos dois últimos anos. Dados da Bright Consulting, especializada nessa pesquisa, mostram que os preços dos automóveis subiram 12,4% em 2020 e 26,3% em 2021. "No primeiro semestre deste ano os aumentos ficaram em 5%, na média", diz Cassio Fagliari, chefe de estratégia da consultoria.

Em outros setores, porém, as empresas não conseguem ajudar quando os juros sobem. Ao contrário, a alta das taxas tira fôlego do vendedor, que se vê obrigado a reduzir o número de parcelas. Isso afugenta parte dos consumidores e leva muitos a optar por produtos mais baratos. É o que tem acontecido no mercado de eletroeletrônicos, que antes oferecia parcelamento entre 12 e 24 meses e agora não passa de seis a dez.

O brasileiro busca, agora, produtos com configurações mais simples e se afasta dos chamados top de linha

"Vimos muitos cancelamentos de compras por conta da taxa de juros", diz Emerson Salomão, fundador e principal executivo da Avell, fabricante brasileira de notebooks de alta capacidade. O resultado, segundo ele, foi uma queda de 20% nas vendas entre janeiro e junho, em comparação com o segundo semestre de 2021. A empresa tem evitado reajustar os preços. Mas o executivo diz não saber até quando em razão da alta do dólar.

Para que a parcela se ajuste ao seu bolso, o brasileiro passou a buscar produtos com configurações mais simples, se afastando dos chamados "top de linha". "O consumidor procura uma TV com tela grande, mas abre mão da tecnologia mais avançada, de resolução de imagem e processador", diz Fernando Baiulina, diretor de varejo da GfK. Dados da consultoria mostram que as vendas de TVs recuaram 1,6% de janeiro a junho de 2021, mas ainda com uma alta de 5,4% em faturamento, o que reflete o reajuste médio de 7,2% nos preços.

Oferta de notebooks com configurações menos sofisticadas é a estratégia adotada pela Lenovo para estimular vendas. "É possível reconfigurar algumas versões, com processadores mais simples e mais memória, para adequar produtos à demanda, sem comprometer a performance", diz Ricardo Blij, presidente da Lenovo no Brasil.

Tem sido mais difícil também vender smartphones sofisticados, segundo Alexandre Elias, diretor de marketing da KCell, que registrou queda de 16% nas vendas no primeiro semestre. A maior de-

Juros em alta e o impacto nos negócios

Executivos comentam as medidas que vêm adotando

Emerson Salomão, CEO da Avell



"Vimos que há muitos cancelamentos de compras por conta da taxa de juros"

Leonel Andrade, presidente da CVC Corp



"Implantamos ofertas de financiamento, direto com parceiros, que permitem ao cliente comprar em até 24 parcelas"

Flavio Suchek, diretor-executivo de varejo do Banco BV



"Em lugar de restringir o financiamento a carros, com até 20 anos passamos a incluir os de até 25 anos"

Rafael Menin, copresidente da MRV&Co



"Até que haja correção de salário para compensar a inflação leva um certo tempo e temos clientes com renda muito frágil"



Fonte: Banco Central. Elaboração: Valor Data. *Taxa sem data de revisão do Comitê de Política Monetária (COPM)

manda e pelos aparelhos mais baratos, afirma o executivo.

Em outros casos, as empresas fazem o movimento contrário e passam a se concentrar em produtos para o público de maior poder aquisitivo, o que ocorre com imóveis e automóveis. A Moura Dubeux, incorporadora com atuação no Nordeste, não percebeu queda na procura porque a oferta está menor, segundo o diretor-executivo, Diego Villar. No entanto, o volume de vendas dos imóveis de alto padrão está melhor, diz ele.

Para o executivo, os compradores desses imóveis, resistem melhor à pressão da inflação e a alta dos juros fazem com que as pessoas com renda mais baixa adiem a compra de um imóvel. Ele se queixa também da dificuldade no repasse da elevação de custos. "Até que haja correção de salário para compensar a inflação, leva um certo tempo, e temos clientes com renda muito frágil", diz.

No caso dos veículos, não é de hoje que as montadoras têm se concentrado nos modelos mais caros, para clientes de maior poder aquisitivo. Isso empurrou os que compravam os chamados "carros populares" para o mercado de usados. Nesse cenário, alguns bancos passaram a financiar carros mais velhos.

O Banco BV, que restringiu os financiamentos para carros com até 20 anos, passou a aceitar modelos com até 25 anos. "Temos visto uma migração do cliente do zero-quilômetro para o mercado de seminovos e o cliente do seminovo para o de carros mais usados. Por conta disso, passamos a financiar carros um pouco mais velhos", afirma Flavio Suchek, diretor-executivo de varejo do BV. "Naturalmente lechamos um pouco o crédito para evitar inadimplência, mas bem menos do que em créditos [de produtos] sem garantia", completa.

A migração do consumidor para os seminovos, provocada também pela falta de semicondutores na indústria, pressionou os preços também nos carros usados, o que hoje 40% mais carros do que no período pré-pandemia, segundo o diretor distribuição varejo do BV, Celso Rocha. Isso provocou queda 20% no volume de vendas no primeiro semestre.

Segundo Rocha, houve recuo de 16% nos financiamentos este ano em comparação com o primeiro semestre de 2021. "Quando se juntam inflação de dois dígitos, juros em dois dígitos e preço do usado subindo 40% temos uma perda em aumento da inadimplência a partir do quarto trimestre", diz. Se-

gundo ele, o BV também ampliou prazos, oferecendo agora financiamentos em 50 meses.

Mas quem está no varejo percebe que os bancos estão mais cautelosos mesmo no financiamento de produtos com garantia, como carros. Vinícius Ribeiro de Carvalho, vice-presidente de finanças da Kavak, uma fintech do setor automotivo, afirma que a aprovação bancária está mais difícil ao mesmo tempo em que há aumento no endividamento das famílias. "Temos visto um cenário cada vez mais desafiador para o brasileiro acomodar a parcela de financiamento no orçamento. Por isso, ele acaba ficando com seu veículo atual por mais tempo", diz Carvalho.

Algumas instituições criam planos específicos para melhorar condições em produtos tradicionais vendidos à prestação. Há poucos meses, o Itaú lançou uma linha de crédito só para itens duráveis, setor que tem registrado demanda em queda desde 2021. São até 90 dias para começar a pagar, em até 60 vezes, com juros a partir de 1,12% ao mês (no comércio, a taxa mensal média está em 5%). É um número de parcelas muito acima do oferecido por lojas em cartões de crédito (dez ou 12 vezes).

Na rede Volkswagen, é possível comprar um carro em 36 meses, deixando para pagar a entrada, de 50%, no fim do financiamento. Em geral, ao final do contrato, muitos dão aquele mesmo carro para abater a entrada devida e financiar parte de um novo.

Mas entre as novas estratégias para atrair o consumidor, um dos casos mais emblemáticos é o da Casas Bahia, que decidiu incluir no seu "marketplace", plataforma que abriga também outros varejistas, seu tradicional carnê, protagonista da própria história da companhia. Por meio do carnê, agora em formato digital, o "marketplace" da Casas Bahia oferece pagamento em até 24 meses para qualquer produto, inclusive de outros vendedores.

Habitado a vender em até 12 meses, o setor de turismo a lazer também tem buscado formas de esticar prazos. "Implantamos ofertas de financiamento, direto com parceiros financeiros, que permitem comprar em até 24 parcelas", afirma o presidente da CVC Corp, Leonel Andrade. Segundo ele, o momento é de retomada do turismo no Brasil.

Alta dos juros neste ano, quando mais brasileiros voltam a viajar a turismo, também preocupa o presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagens (Abav), Frederico Levy. "O juro alto impacta no custo de financiamento das empresas. Afeta a cadeia toda. Quanto mais alto o juro mais impacto negativo o setor vai ter", diz.

O cenário provoca inquietação nas empresas aéreas, que já sofrem com os aumentos dos preços dos

combustíveis. Segundo a Latam, a taxa de juros alta "dificulta a captação de investimentos, pois a dívida se torna mais cara". O grupo lembra que no dia 11 de julho divulgou que assinou cartas de compromisso de financiamento com diferentes bancos como parte do seu processo de saída da recuperação judicial (Capítulo 11, na legislação dos Estados Unidos), previsto para o segundo semestre.

O encarecimento do custo para capital de giro e investimentos também afeta o setor têxtil, segundo a Associação Brasileira do Varejo Têxtil (Abvtex). Ao mesmo tempo, a entidade que representa as principais redes de varejo de moda demonstra preocupação com o custo da concessão de crédito ao consumidor, o que pode elevar os índices de inadimplência.

O aumento da inadimplência nas grandes redes de moda começou a aparecer já no primeiro trimestre. Durante a apresentação, feita em maio, sobre os resultados dos primeiros três meses do ano, Tullio de Queiroz, diretor financeiro da Guararapes, dona da Riachuelo, afirmou que "houve percepção de aumento de inadimplentes, como reflexo da questão macroeconômica".

Para o presidente da Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (Abrainc), Luiz de A. Faria, novos avanços da Selic e da inflação não devem ser empicilhos ao financiamento imobiliário, principalmente no segmento de baixa renda, inserido no programa Casa Verde e Amarela, no qual os juros não acompanham variação da Selic. Além disso, ele aponta as recentes atualizações no programa habitacional com aumento da renda máxima de R\$ 7 mil para R\$ 8 mil, além da possibilidade de estender os financiamentos de 30 para 35 anos. "Houve uma recuperação importante do número de pessoas elegíveis para o programa", diz.

Apesar do otimismo, os empresários sabem, porém, que nem sempre tendências e previsões se confirmam num país de economia instável. A experiência os ensinou a atreagar as mangas sempre e não perder oportunidades. Já, presidente da Lenovo, já se prepara para a Black Friday, que, desta vez, ele prevê, vai exigir muita criatividade das empresas. O executivo lembra que neste ano a Black Friday, um dos eventos mais importantes para o comércio, coincide com a Copa do Mundo, que vai de 21 de novembro a 18 de dezembro. Por isso, Blij planeja antecipar as promoções para antes do início dos jogos de futebol. (Marli Olmos, Daniela Braun, Adriana Matos, Sergio Zanatta, Raquel Brandão, Ana Luiza Tieghi e Cristiane Favara)

Tradicional carnê da Casas Bahia vai para o 'marketplace' e permite parcelar as compras em até 24 prestações

Também no primeiro trimestre, o percentual de títulos vencidos sobre a carteira total da Lojas Renner atingiu 22,1% ante 19,1% do mesmo período no ano passado. Na C&A, a inadimplência do seu cartão, feito em parceria com o Bradesco, foi de 5,3% nos primeiros três meses do ano, aumento de 4,2 pontos percentuais em comparação com o mesmo período do ano passado.

Apesar do impacto negativo imediato da Selic e da inflação no setor produtivo, associações e economistas lembram que fatores positivos podem mudar o cenário na segunda metade do ano. Existe, por exemplo, a perspectiva de entrada de recursos na economia, com os R\$ 41,2 bilhões da "PEC das Bondades", pacote do governo aprovado na Câmara dos Deputados em 18 de maio, que inclui o aumento no Auxílio Brasil de R\$ 400 para R\$ 600 e benefícios a caminhoneiros e taxistas até dezembro.

"Calculamos que, do valor da PEC, serão R\$ 16,3 bilhões em 'cash' injetados no comércio diretamente, equivalente a uma alta média de 1,3% nas vendas do setor por mês, de agosto a dezembro", diz Fabio Bentes, economista da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo.

"Temos que olhar a parte do co-

po cheio. A inflação deve perder força ainda neste ano. Isso eleva a renda disponível. O desemprego também vem caindo mês após mês. Estamos cautelosamente otimistas para o resto do ano", diz Felipe Mendes, diretor geral da GfK.

"A PEC das Bondades", que concede benefícios a menos de três meses das eleições, custará aos cofres públicos R\$ 41,25 bilhões. Além da deterioração fiscal, segundo economistas, o crescimento do déficit em 2022, o que levou o Valor na semana passada, esse projeto de emenda à Constituição joga contra a tarefa do Banco Central de reduzir a inflação no Brasil. Nas contas da XP, por exemplo, a PEC pode adicionar 0,1 ponto percentual à inflação deste ano.

Apesar do cenário preocupante em relação às contas fiscais do país, há certo otimismo no setor imobiliário quando se fala em cenários para 2023. Fabrício Mitre, diretor-executivo da incorporadora que leva seu sobrenome, diz estar "levemente pessimista" com a economia nos próximos nove meses porque acredita que ainda virão mais resultados ruins de inflação e que a taxa de juros não irá recuar. "Mas do fim do ano que vem para a frente, as coisas vão estar bem melhores", diz.

Para o presidente da Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (Abrainc), Luiz de A. Faria, novos avanços da Selic e da inflação não devem ser empicilhos ao financiamento imobiliário, principalmente no segmento de baixa renda, inserido no programa Casa Verde e Amarela, no qual os juros não acompanham variação da Selic. Além disso, ele aponta as recentes atualizações no programa habitacional com aumento da renda máxima de R\$ 7 mil para R\$ 8 mil, além da possibilidade de estender os financiamentos de 30 para 35 anos. "Houve uma recuperação importante do número de pessoas elegíveis para o programa", diz.

Apesar do otimismo, os empresários sabem, porém, que nem sempre tendências e previsões se confirmam num país de economia instável. A experiência os ensinou a atreagar as mangas sempre e não perder oportunidades. Já, presidente da Lenovo, já se prepara para a Black Friday, que, desta vez, ele prevê, vai exigir muita criatividade das empresas. O executivo lembra que neste ano a Black Friday, um dos eventos mais importantes para o comércio, coincide com a Copa do Mundo, que vai de 21 de novembro a 18 de dezembro. Por isso, Blij planeja antecipar as promoções para antes do início dos jogos de futebol. (Marli Olmos, Daniela Braun, Adriana Matos, Sergio Zanatta, Raquel Brandão, Ana Luiza Tieghi e Cristiane Favara)

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

Seção: Política **Caderno:** B **Página:** 8