

Simple assim

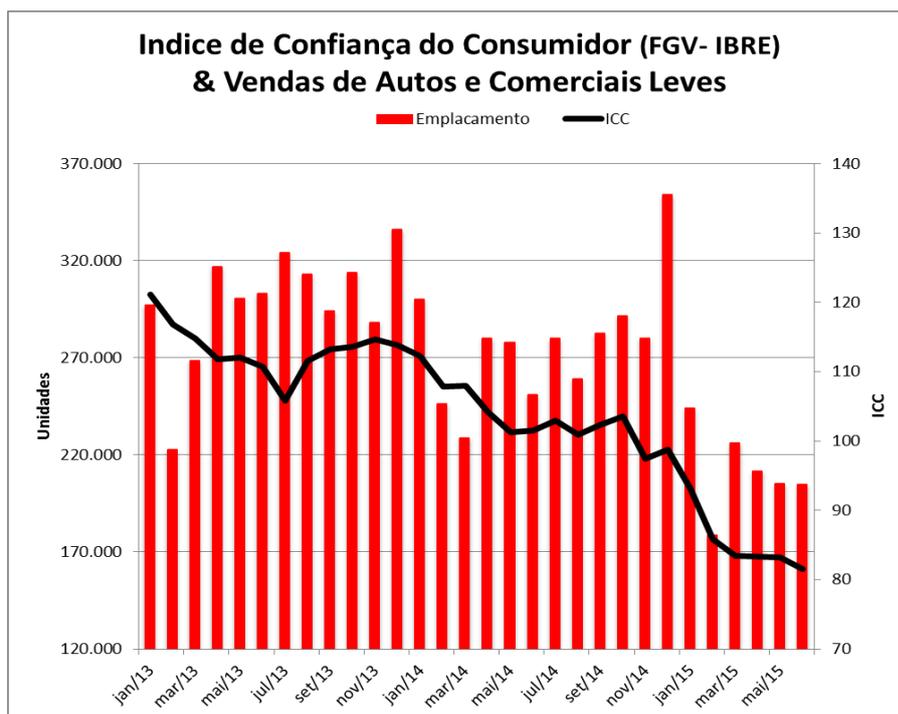
02/07/2015 - Por Francisco Trivellato

Algumas vezes os dados evidenciam tendências que surpreendem pela simplicidade da análise, como por exemplo quando comparamos as taxas (%) de variação dos primeiros 6 meses de 2015 e 2014 do Índice de Confiança do Consumidor (I.C.C.) (média mensal) elaborado pelo Instituto Brasileiro de Economia (IBRE) da Fundação Getúlio Vargas (FGV) com as vendas acumuladas de autos e comerciais leves (Vendas A&CL) de acordo com os emplacamentos divulgados pela FENABRAVE.

Variação 10 Sem / ano anterior		
Indicador	2014	2015
I.C.C.	-7,6%	-19,6%
Vendas A&CL	-7,3%	-19,8%

A igualdade de comportamento (mesma variação) dos indicadores nos dois períodos, (demonstrada no quadro acima) sintetiza o desafio a ser superado: a forte deterioração da realidade econômica e financeira vivida pelos consumidores (pessoa física) (que respondem por cerca de 85% das vendas de autos) afetando a confiança e decisões de compra e portanto as vendas.

Analisando a evolução mensal dos indicadores desde 2013 (ver gráfico abaixo) vemos que a manutenção dos incentivos do IPI "mascarou" os efeitos da contínua redução da confiança dos consumidores, pois as vendas tiveram comportamento diferente, principalmente nos meses em que se alteraram os níveis de incentivos.



A partir de 2015 quando houve o fim do subsídio (e a alta de preços dos veículos), coincidindo com os efeitos do ajuste econômico sobre o poder de compra das pessoas, as curvas apresentaram a mesma evolução.

Como em qualquer ambiente econômico (mesmo familiar) a decisão de compra é resultado da avaliação da situação atual e a perspectiva, a curva de confiança do consumidor sinaliza que as vendas até o final do ano deverão andar de lado, variando nos meses em função do número de dias úteis.

Pode-se, inclusive antecipar a manchete a ser publicada sobre o desempenho das vendas do ano: *2015 foi menor que 2008, ou se preferir a crise brasileira fez o mercado retroagir aos níveis do auge da crise mundial.*

Entretanto há outra forma de olhar a situação no momento em que se cobra de todos os agentes a "aceitação" dos pesados efeitos dos ajustes econômicos sobre a sua atividade.

Embora seja natural a imediata "desmotivação" para o consumo, entendo que o maior problema é a insegurança em relação ao tempo de duração e a dimensão dos impactos, e principalmente se valerá a pena o sacrifício.

Olhando a história recente do Brasil, o fator chave para amenizar ou mudar esta perspectiva a nível de economia e mercado dependerá da capacidade de liderança do "garantidor-mor" de todo o processo. Como esta questão transcende a discussão macro e microeconômica, só nos resta acompanhar e torcer para que surja um fato novo nesta direção o mais rápido possível.