



O fim do ciclo do jegue

23/09/2014

Poucos produtos simbolizam a expansão econômica brasileira na última década tão bem quanto a motocicleta — ou a motinho de 125 cilindradas, para ser mais exato. Ela virou o sonho de consumo dos jovens das classes C e D que entraram no mercado de trabalho.

Passou a ser a forma mais rápida de encarar o trânsito caótico das grandes cidades. No interior, aposentou milhares de jegues que ainda eram usados como meio de transporte. Graças a tudo isso, a produção anual de motocicletas no Brasil passou de 630 000, em 2000, para 2,1 milhões, em 2011. Nessa toada, o país se tornou o quarto maior produtor de motos do mundo. E o número de fabricantes instaladas aqui aumentou de quatro para 11, o que fez com que a variedade de modelos passasse de 35 para 184. No auge do entusiasmo, as japonesas Honda e Yamaha, donas de 94% do mercado, planejavam produzir anualmente 4 milhões de unidades até 2020.

A Honda, líder de mercado, chegou a quadruplicar a produção de sua fábrica na Zona Franca de Manaus. No Nordeste, a frota de motos passou de 700 000 para 5,8 milhões. Era o ciclo do jegue em toda a sua exuberância. O problema é que, como aconteceu com diversos setores da economia voltados para o consumo, a euforia passou. A diferença, aqui, é de intensidade: nos últimos três anos, a venda anual de motocicletas caiu para 1,6 milhão de unidades — uma queda de 24%. No mercado de automóveis, um dos mais afetados pelo baixo crescimento da economia nos últimos tempos, a queda foi de 10% desde 2012. O que explica esse tombo? O mercado de motos é extremamente dependente de crédito farto e barato. Mais de 90% das vendas no país são de motos de até 200 cilindradas, que custam até 12 000 reais. Seus maiores compradores são jovens das classes C e D, que parcelavam suas compras em até 72 vezes.

Com 200 reais por mês, dava para levar para casa uma Honda de 125 cilindradas, que hoje custa 8

200 reais à vista. Mas o menor rigor na concessão de crédito fez a inadimplência saltar de 3,9% para 6,9% entre 2011 e 2012. Diante do aumento nos calotes, os bancos passaram a exigir pelo menos 20% de entrada nas compras e limitaram o prazo de pagamento a 48 meses — em vez de 72. Se, nos tempos áureos, cinco de cada dez pedidos de financiamento eram aprovados, o número caiu para dois em cada dez. Alguns bancos, como o Bradesco, diminuíram drasticamente o financiamento para a compra de motos nos últimos três anos. “Perdemos aquele consumidor que está com o orçamento comprometido, nunca comprou um veículo e queria uma moto para se locomover no dia a dia”, afirma Paulo Takeuchi, vice-presidente de relações institucionais da Honda.

Acostumados às boas notícias da década passada, as fabricantes adotaram uma operação de emergência para sobreviver à queda — que começou, como era de esperar, pelo corte de custos. O número de vendas de motos no Brasil, que era de 1 733, em 2012, caiu para 1 587, neste ano. A Yamaha, vice-líder do mercado, foi a que mais fechou lojas — 80. Nas fábricas, mais de 2 000 funcionários foram demitidos nos últimos dois anos, principalmente na Zona Franca de Manaus, de onde saem 98% das motocicletas fabricadas no país. “Certamente haverá mais demissões”, diz Marcos Fermanian, presidente da associação dos fabricantes de motos. “Os cortes feitos não foram suficientes, já que o mercado não deverá se recuperar tão cedo.” Oficialmente, agora, a previsão é que o número de 4 milhões de motos só seja atingido em algum momento entre 2020 e o longínquo 2030. Para tentar aumentar as vendas no curto prazo, as montadoras atacaram, primeiramente, a origem do problema: o crédito (ou, no caso, a falta dele). Com os bancos mais seletivos, as empresas ressuscitaram os consórcios, que ficaram em segundo plano no final da última década. Atualmente, 15% das vendas da Yamaha são feitas por consórcio — ante 9% em 2011. Na Honda, a fatia chega a 35%, e a meta é levá-la a 50% nos próximos anos. A modalidade é sucesso sobretudo em estados e regiões em que o poder de compra da população é menor, como no Norte e no Nordeste.