Insumos Projeção de vendas para 2022 é de estagnação a alta de 0,5%

Após crescer 6,6%, setor de cimento vê cenário difícil

Chiara Quintão e Ivo Ribeiro
De São Paulo

A indústria cimenteira do país chegou ao fim de 2021 com vendas de 64,7 milhões de toneladas, o que representa crescimento de 6,6%. O desempenho foi puxado pela autoconstrução, pelas obras imobiliárias e pelo início de recuperação da infraestrutura. Isso permitiu que o mercado do insumo da construção voltasse ao patamar de 2015, segundo o Sindicato Nacional da Indústria do Cimento (SNIC). Para 2022, a previsão é cautelosa: de estagnação a uma expansão de até 0,5%.

O crescimento de vendas nos últimos três anos vem trazendo alívio ao setor, pois, de um lado, houve recuperação de 58% das perdas do período 2015-2018. Já de outro, ainda levará tempo para repetir o recorde de 72 milhões de toneladas de demanda em 2014, na avaliação do presidente do SNIC, Paulo Camillo Penna.

"Manter 65 milhões de toneladas [previsão de vendas para este ano] não será tarefa fácil", disse Penna ao **Valor**, citando o cenário de inflação e juros em alta, de perda de renda da população, de endividamento das famílias, desemprego na casa de 13% e um ano de eleições no país que sinalizam ser de muita radicalização.

A autoconstrução manteve-se como motor da demanda, porém "começou a perder fôlego a partir do segundo semestre", disse o executivo. De lá, até o fim do ano, o índice de confiança do consumidor, da indústria e do empresariado também mostrou retração.

Entre os canais de comercialização de cimento, a parcela das revendas — atacado, varejo e distribuidoras — foi reduzida de 61%, em 2020, para 58,8% no ano passado. Nas classes de média e alta renda, o bolso do consumidor voltou a ser mais dividido com outras demandas, como lazer e viagens, enquanto na baixa renda, gastos com alimentação e vestuário ganharam espaço no total dos desembolsos.

A participação das concreteiras aumentou de 18,2% para 18,9% das vendas de cimento — mais obras de incorporação imobiliária. A indústria — pré-moldados, artefatos e construtoras — também ampliou sua fatia, passando de 20,6% para 22,3%.

Um ano atrás, o SNIC previa que as vendas teriam expansão de 1%. Posteriormente, elevou para 3%. Como o patamar de comercialização havia sido muito no início da pandemia, registrou-se aumento de 20,8% no volume acumulado de janeiro a abril. A partir de maio, porém, frente a bases de comparação mais fortes, as altas acumulados foram decrescentes. Em dezembro, a venda do insumo cresceu 1,6%, para 4,8 milhões de toneladas.

No momento, as chuvas que atingem 150 municípios em vários Estados preocupam. Poderão afetar as vendas de cimento.

Para este ano, há uma perspectiva difusa de demanda. Penna avalia que a produção de imóveis para as classes A e B continuará aquecida, mas, por outro lado, não poupa críticas ao programa habitacional Casa Verde e Amarela. "Tem frustrado as expectativas de incorporadoras desse segmento".

O presidente do SNIC aponta uma frente de demanda por cimento que tem tudo para elevar o consumo do produto: a pavimentação de rodovias. Ele cita como exemplos Distrito Federal, Paraná e Santa Catarina, que têm adotado a aplicação do concreto em projetos urbanos e outras obras.

Um mercado que deverá ser relevante é o de obras de saneamento, mas não por ora. "Os investimentos em estações de tratamento de água e de esgoto que vão demanda muito cimento vão ocorrer só em três ou quatro anos", afirma o executivo. Há muito investimento previsto em novas concessões no país.

"O cenário está muito complexo. É difícil a sustentabilidade financeira do setor com os atuais níveis de custos, além de Selic [taxa básica de juros do Banco Central] em alta e desemprego elevado", afirma Penna. Ele cita o impacto da inflação de custos nos no setor nos últimos dois anos.

A participação no custo total dos insumos energéticos — coque (atrelado ao barril de petróleo) e energia elétrica — atingiu entre 60% e 65%. Antes, em 2019, era de 50%. De acordo com o executivo, o coque teve aumento de 93 %, após subir 125% no ano da pandemia, enquanto a energia elétrica subiu 69%%. Ele aponta ainda o frete rodoviário, 28%, gesso (96%; refratários, 40%; e sacaria, 17%.

A indústria do cimento no país conta com um parque instalado de 91 fábricas, com capacidade instalada de produção de 94 milhões de toneladas por ano — ou seja, apresenta uma ociosidade de 31% dessa capacidade. Melhorou ante os 35% do fim de 2020. As empresas ainda têm 11 unidades de produção hibernadas, à espera de um salto maior do consumo no país para serem reativadas.

O setor viveu em 2021 três movimentos de consolidação de ativos. A Cimento Nacional (Brennand e Buzzi) fechou a compra dos ativos da CRH, tornando-se o quarto maior grupo do país. A CSN Cimentos adquiriu o controle da Elizabeth e da LafargeHolcim Brasil. O negócio da Lafarge, que aguarda aprovação do CADE, tornará a CSN segunda maior em vendas. CRH e Holcim decidiram sair do Brasil.

CLAUDIO BELLI/VALOR

Camillo Penna, presidente do SNIC, afirma que, no cenário previsto para 2022 no país, manter 65 milhões de toneladas [previsão de vendas] não será tarefa fácil

Varejista C&C admite ficar abaixo dos 10% de alta projetados para este ano

De São Paulo

A varejista de materiais de construção C&C mantém sua projeção oficial, traçada em setembro, de que seu faturamento poderá crescer mais de 10%, neste ano, mas já considera que, se necessário, pode ser feito ajuste para baixo na estimativa. Após o faturamento da rede de materiais aumentar 5%, em 2020, houve expansão de 10% no ano passado. Segundo o diretor-geral da rede de lojas de materiais de construção, Marcelo Roffe, foi registrado período de forte crescimento, na comparação anual, entre junho de 2020 e setembro de 2021.

O ciclo das reformas de residências para adaptação ao trabalho remoto e para melhora das moradias está chegando ao fim, na avaliação do executivo. A partir de meados do ano, deve ter início ciclo de reformas de acabamentos, em decorrência de grande volume de prédios que devem ser concluídos. "O ideal é que um ciclo se sobrepusesse ao outro, mas deve haver uma lacuna", disse Roffe ao **Valor**.

Para ocupar os imóveis residenciais novos, ressalta o diretor-geral da C&C, os consumidores fazem investimentos em piso, pintura, louças e metais sanitários. Essa personalização dos apartamentos tende a incrementar a demanda por materiais de construção. Por outro lado, reformas para melhoria dos imóveis voltaram a concorrer com opções de lazer, viagens e vestuário. "E a inflação corrói o poder de compra das pessoas", acrescenta o executivo.

No entendimento de Roffe, a inflação de custos de insumos tende a se acomodar, neste ano, com diminuição da velocidade de altas de preços, após "dois anos de muitos aumentos". O executivo conta que o relacionamento da rede varejista com fornecedores possibilitou que algumas elevações de preços fossem postergadas e os problemas de abastecimento, reduzidos.

Questionado se, diante das altas de juros e inflação, compradores de materiais de construção têm migrado para produtos mais baratos, o executivo disse que, dificilmente, isso ocorre entre os clientes da rede. Se necessário, o início da reforma é postergado. Com foco na classe B, a C&C tem 35 lojas, distribuídas nos Estados de São Paulo e do Rio de Janeiro, e uma no Espírito Santo. Os pontos de venda são abastecidos por um centro de distribuição (CD) localizado em território paulista e outro em terras fluminenses. Cada CD atende ao raio de até 400 quilômetros.

O comércio eletrônico é o principal canal de vendas da C&C. Mas o executivo diz que há vendas no formato híbrido em que o cliente vai até uma loja física para avaliar o produto, mas realiza a compra pela internet. Outras vezes o comprador tem o primeiro acesso ao produto virtualmente, e opta por fechar a aquisição em uma loja física.

Roffe avalia que não há risco de novo fechamento de lojas de materiais de construção em decorrência do aumento dos casos de covid-19. Após um período com as portas fechadas, o segmento passou a ser considerado atividade essencial e pode reabrir suas portas. "O nível de vacinação está bem melhor no momento. Não há mais espaço para fechamento das lojas", diz.

A C&C faz parte da área não financeira do conglomerado Alfa, dono também do Banco Alfa, da Agropalma, da La Basque e do Hotel Transamérica São Paulo. *(CQ)*

CLAUDIO BELLI/VALOR

Roffe, diretor-geral: Expectativa inicial é que alta do faturamento supere 10%

Volks deixa de vender 10 mil carros na China por falta de chips

Veículos

Joe Miller
Financial Times, de Frankfurt

A Volkswagen (Volks) vendeu 10 mil carros elétricos a menos que o esperado na China no ano passado, com as entregas aos clientes em seu maior mercado afetadas pela falta de semicondutores, em meio a uma competição intensa das marcas locais.

A companhia alemã vendeu 70 mil carros de seus cinco principais modelos ID, a maior parte deles lançados no último ano. A meta para 2021 era vender entre 80 mil e 100 mil unidades.

Como um todo, o grupo Volks, que inclui a Audi e a Porsche, entregou 3,3 milhões de carros na China no ano passado, 14% menos do que em 2020.

"Dois mil e vinte e um foi um dos anos mais difíceis da nossa história na China", disse Stephan Wöllenstein, o presidente de longa data da Volks no país, que deverá deixar o cargo este ano.

"Embora nossas carteiras de pedidos estivessem cheias, não conseguimos adequar a produção à demanda por causa da falta de semicondutores, sendo que a situação foi agravada ainda mais pelo fechamento de fábricas — tanto do nosso lado quanto do lado dos fornecedores — por causa dos casos de covid-19."

As duas joint ventures da Volks na China, com a FAW e com a SAIC, têm sido os motores do crescimento do grupo alemão há décadas e o país continua sendo o maior e mais lucrativo mercado individual da Volks.

No entanto, os lucros na China vêm caindo drasticamente nos últimos anos, já que as ofertas no mercado de massa da montadora enfrentam a concorrência crescente de marcas locais mais jovens como BYD e Great Wall Motors.

Os cinco novos modelos ID da Volks não venderam tão bem quanto o esperado e executivos da companhia disseram ao "Financial Times" que os compradores chineses estão gravitando em torno de marcas de carros elétricos mais novas, não associadas às montadoras tradicionais.

Como resultado, a Volks está montando showrooms que enfatizam a marca ID e ampliando suas ofertas nas vendas online na esperança de vender pelo menos 140 mil modelos ID neste ano.

Todavia, Wöllenstein disse a jornalistas ontem que o número visado "não está no momento garantido pelos suprimentos de semicondutores que estamos vendo", embora o executivo continue confiante de que a meta será alcançada em 2022.

Ele acrescentou: "Olhando para este ano, a situação da oferta de chips continuará volátil no primeiro semestre. Mas esperamos uma recuperação progressiva, com a produção se estabilizando no decorrer do ano".

Embora as vendas de carros elétricos da Volks tenham caído, as marcas de luxo Porsche, Bentley e Lamborghini estabeleceram novos recordes anuais em 2021, com crescimentos de 7,5%, 40% e 55% respectivamente.

O modelo elétrico Taycan da Porsche vendeu mais que o popular modelo 911, com mais de 7.000 unidades entregues, comparado a 4.000 do modelo 911.

Curtas

Entregas da Boeing

A Boeing informou ter entregue 99 aeronaves comerciais no quarto trimestre de 2021, ante as 59 aeronaves entregues no mesmo período de 2020. A fabricante conseguiu melhorar o desempenho na comparação trimestral, havia entregue 85 aviões no terceiro trimestre. Com isso, em 2021 a Boeing entregou 340 aeronaves, sendo a maior parte delas, 263, da classe 737. O número supera as 151 entregas de 2020, mas está abaixo do período pré-pandemia e acidentes envolvendo o 737 Max.

Neoenergia na Bahia

A Neoenergia abriu um centro de operações integradas para a distribuição na Bahia. Com aporte de R$ 6 milhões, o projeto vai centralizar o atendimento da concessionária e aplicar mais tecnologia ao monitoramento da rede elétrica.

Movimento falimentar

Falências Requeridas

Requerido: **Emf Consultoria em Tecnologia e Finanças Ltda.** - CNPJ: 32.753.117/0001-09 - Endereço: Av. Cônsul Antônio Cadar, 122, Loja 62, Bairro São Bento - Requerente: Marcello Teixeira - Vara/Comarca: 1a Vara Empresarial de Belo Horizonte/MG.

Requerido: **Frigorífico Colombo Ltda. ME** - CNPJ: 05.873.234/0001-67 - Endereço: Av. Wenceslau Luiz, 387b, Bairro Santa Rita - Requerente: Gabriela Schmidt Lira - Vara/Comarca: 2a Vara de Sobreitor de Valadares/MG.

Requerido: **Megafort Distribuidora, Importação e Exportação Ltda.** - CNPJ: 02.782.072/0001-09 - Endereço: Alameda Dos Rouxinóis, 159, Sala 501, Bairro Cabral - Requerente: André Abdo Fernandes Machado da Silva - Vara/Comarca: 3a Vara Empresarial de Contagem/MG.

Requerido: **Sem Alternative Ltda. ME** - CNPJ: 21.906.144/0001-81 - Endereço: Av. Cristóvão Colombo, 64, Loja 1124 e 1126, Bairro Funcionários - Requerente: Bernardo Arantes Junqueira Ferraz - Vara/Comarca: 1a Vara Empresarial de Belo Horizonte/MG.

Processos de Falência Extintos

Requerido: **Costalo Assessoria e Consultoria Ltda.** - CNPJ: 04.101.055/0001-02 - Requerente: Apice Brasil Serviços Contábeis S/s Ltda Epp - Vara/Comarca: Vara de Falências e Recuperações Judiciais do Distrito Federal, Brasília/DF - Observação: Pedido julgado válido.

Hoje, excepcionalmente, deixamos de publicar a **Agenda tributária**.