

Consumidor volta às compras e anima varejo

Fernando Teixeira

Redes de varejo já percebem os primeiros sinais de que a crise econômica caminha a passos mais lentos e que o consumidor volta às compras. Esta percepção é apontada por estudos como o da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap) que faz o Índice Fecap de Expectativas nos Negócios (Ifecap), o qual mede a perspectiva do setor comercial paulista. Neste mês, o índice observou alta de 4,5% em relação ao mês passado. Além do índice, o DCI apurou que redes de varejo têm observado a volta dos clientes às lojas.

Em Belém do Pará, o Grupo Y. Yamada, com 33 estabelecimentos, diz estar animado. Fernando Teruo Yamada, vice-presidente do grupo, faz uma análise dos negócios. "No varejo trabalhamos com três setores: supermercados, eletrodomésticos e magazine. O setor supermercadista é onde acontece o melhor desempenho e apresenta no quadrimestre crescimento de 6%. O de magazine volta a reagir e já está entre a igualar o patamar do ano passado ou crescer um dígito. Por fim, a venda de linha branca reagiu. Um fator determinante foi a redução do Imposto Sobre Produto Industrializado [IPI]. É uma boa fotografia de momento." Contudo, Yamada analisa que é preciso estabilizar o financiamento de médio e longo prazo para o lojista e para o consumidor. "O lojista passa e repassa crédito e produtos." Para o oriental, o setor que apresenta pior desempenho de suas lojas é de linha dura, cujo o crescimento não ultrapassa 3%.

Interior

A paulista Cybelar, que possui 65 espalhadas no interior do estado, mantém os planos de expansão de ter mais 8 unidades este ano — 3 já inauguradas. Ubirajara José Pasquotto, diretor, diz que os negócios não retomaram os patamares de 2008. "Sentimento é que a fase crítica passou. A redução do IPI foi muito inteligente e por isso, em relação a 2008, houve 20% de aumento nas vendas destes produtos". Na linha marrom, Pasquotto enxerga que o consumidor faz um processo de substituição da TV de tubo por aparelho de LCD e plasma. "Nestes aparelhos percebemos redução de preço de 15%. Se olharmos para um ano entre junho de 2008 e julho deste ano o aumento de vendas passou de 60% no mercado", projeta.

Ele acredita que, este ano, deve dobrar este tipo de venda, pois as taxas de juros caíram e o preço final ficou mais baixo, mesmo quando parcelado.

Outro fator que anima o diretor da rede interiorana é que a intenção dos consumidores comprarem móveis no segundo semestre deste ano subiu. "O comportamento das pessoas é assim: trocam a geladeira, depois a TV e por último os móveis. Ninguém quer sofá furado e TV nova. A partir de julho deve-se retomar o crescimento de, no mínimo 10%."

A percepção não é diferente no setor calçadista. Atuante em seis cidades do Vale do Paraíba, a rede Oscar Calçados, com 39 lojas (25 próprias e o restante franquias), estava com previsão de crescimento nulo este ano, mas após o Dia das Mães o panorama mudará. "A previsão era só reformar lojas e não aumentar, mas vamos rever os planos", revela o diretor José Oscar Constantino. Para ele, março deste ano foi ruim, mas já em abril as vendas começaram a acelerar. "Se compararmos maio deste ano com ano passado acreditamos ter 7% de crescimento, já março não cresceu. É um sinal de aquecimento, parece que vamos entrar nos eixos. Se não houvesse a crise, cresceríamos 20%."

O diretor da rede de calçados diz que o impacto nos negócios foi muito grande, pois em 2008, antes da crise, o crescimento vinha na base de 20% ao mês e caiu para 0%. "Devido ao clima mais frio da região muitos consumidores, mesmo no verão, consumiram produtos de inverno. A esperança é que haja substituição do guarda-roupa, principalmente o feminino, mas não há como prever se isto acontecerá. Andar descalças elas não vão", afirmou o executivo. A preocupação é com o setor masculino, onde o crescimento este ano, de acordo com ele é zero.

Medições

O Índice Fecap de Expectativas nos Negócios (Ifecap) da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, calculado pelo professor de economia e coordenador do índice, André Chagas, registrou melhora neste mês e cravou 106 pontos, alta de 4,5% em relação ao mês anterior. Ele contou que a percepção dos comerciantes da capital paulista é de melhora nas vendas. "Já não está tão ruim como há 3 meses, mas nem tão boa quanto ano passado."

Chagas analisa que apesar do aumento de desemprego, o número de pessoas ocupadas se mantém em bons níveis e a capacidade de pagar parcelas se mantém. "A taxa de juros caiu, a inadimplência está dentro do controle e os comerciantes apostam em índices de compras. Aparentemente o fundo do poço secou."

Em relação a 2008, o nível de vendas na capital está entre 10 e 15 pontos percentuais abaixo de 2008. "Talvez, ano que vem, possamos ter bons índices tanto na produção quanto na atividade econômica. Este é o ano de administrar o prejuízo."

Chagas diz o faturamento nas datas comemorativas deve ser bom, mas não maior que no ano passado. "O crescimento foi generalizado, seja na capital ou interior. O Estado de São Paulo é pelo menos um quarto da renda do País. Outros indicadores mostram que a atividade econômica cresceu que o País em 17 das 27 regiões." Para ele não há recessão, mas sim uma desaceleração.

Outra análise do cenário é feita pelo Instituto de Pesquisas Fractal. "A principal tônica é que nos próximos períodos haja menos inadimplência e insolvência dos consumidores que mês passado. E o consumo deve se aquecer", analisa Celso Grise, diretor presidente da instituição. Para Grise, agora o consumidor tem menos medo de perder seu emprego e a consequência disso é que ele administra melhor seus recursos. "Um segundo motivo é a retomada do crédito. Ele busca alimentos, depois eletrodomésticos e eletrônico, farmacêuticos, veículos usados que apresentou queda de preço e os carros novos de modelo básicos."

Celso ressalta que material da construção, vestuário e calçado e volta mais devagar. "Quando o cenário estiver melhor, móveis e imóveis são procurados." Para ele, a economia não volta a ter resultados iguais aos de 2008, mas se crescer 4%, as vendas crescem 2%. "O importante é crescer mais rápido que a população."

Fonte: DCI, São Paulo, 12 maio 2009, Primeiro Caderno, p. A8.