

Varejo nacional deve crescer, mas abaixo do previsto no início do ano

Igor Utsumi

A perspectiva de crescimento na casa dos 6% nas vendas do varejo no País, abaixo das projeções do início do ano, que previa alta de 7%, já começa a refletir na postura dos empresários do setor, que se preparam para diminuição dos estoques e alta no giro de produtos para controlar os custos, além do aumento dos itens importados nas prateleiras.

De acordo com estudo feito pela GO Associados, empresa de consultoria em negócios e serviços, o aumento na casa dos 6% deve ocorrer mesmo após o setor registrar um recuo de 0,1% em março na comparação com fevereiro.

Segundo o diretor de pesquisa econômica da GO Associados, Fabio Silveira, era previsto que o volume de vendas do varejo aumentasse 7% em relação ao ano passado. Mas um conjunto de fatores limitou esse crescimento, como a baixa produtividade na indústria, por exemplo. "Atualmente, há um crescimento muito baixo da indústria, uma forte queda na produção, que já ocorre há muitos meses. Se esse setor vai mal, como está ocorrendo no Brasil, a demanda das famílias ligadas a empregos nessa área também começa a ser limitada."

Para o especialista, a menor produção da indústria vem trazendo reflexos nas redes varejistas, levando comerciantes e empresários a buscarem soluções, como por exemplo, a compra de produtos estrangeiros. "Com o mau desempenho da indústria, as importações estão crescendo e todos procuram operar com estoques baixos, essa tem sido a tônica nos últimos meses. Até por isso que às vezes ocorre a falta de algum item: por mau planejamento, e não por um grande volume de vendas."

Algumas redes varejistas têm adotado estoques menores em suas lojas, como parte do planejamento. É o caso da Cooperativa do Consumo (Coop), que tem privilegiado o giro de mercadorias. A Coop teve crescimento de 10% no primeiro quadrimestre e espera manter o índice ao longo do ano. O gerente comercial da empresa, Luiz Gustavo Ramos, afirma que existem diversas vantagens de se estocar menos.

"É uma estratégia, para privilegiar fluxo de caixa, menores perdas e trabalhar com produtos mais frescos. Hoje, a capacidade de abastecimento é melhor, não é preciso ter grandes estoques, pois se abastece mais frequentemente. Por exemplo, se ano passado se abastecia uma loja para dez dias, atualmente se abastece para cinco ou seis, com lotes menores".

Segundo Ramos, o varejo sente os efeitos das dificuldades sofridas pela indústria, assim como a logística tem proporcionado alguns problemas. "Há uma dificuldade um pouco maior no cumprimento das entregas. Por exemplo, se fazemos um pedido de 100 produtos, temos recebido 80. Além disso, pedimos para entregar na terça, e nos entregam na quinta ou na sexta-feira. Não sei avaliar se isso é por conta de uma menor produção, pela restrição da circulação de caminhões, ou até pelo crescimento da demanda. Mas o fato é que percebemos muitos problemas com fornecedores", completa o executivo.

De acordo com Silveira, além do fraco desempenho na indústria, a conjuntura econômica do País também é responsável por desacelerar o ritmo de crescimento do varejo.

"Houve um aumento do endividamento e da inadimplência. Consequentemente, há uma redução da renda disponível. Os juros também vêm subindo há algum tempo, e a própria alta da inflação, acaba tornando o consumidor bem mais cauteloso do que no ano passado."

De acordo com o estudo feito pela GO Associados, estimam-se aumentos de 3% na massa real de rendimento e de 10% no crédito a pessoa física, pontos que sustentariam o crescimento de 6% previsto para as vendas no varejo. No ano de 2012, observou-se um acréscimo de 8,4%, e para 2014, a previsão inicial também é de 6%.

Mesmo a geração de empregos está diretamente ligada ao crescimento menor que o esperado. "Também percebemos uma diminuição do número de postos de trabalho criados no setor de

serviços. Todos esses fatores vão aos poucos afetando o nível de expansão da massa salarial, que vai continuar aumentando, mas num ritmo menor", comenta o coordenador da pesquisa.

O Dia das Mães já refletiu os resultados abaixo do esperado. Ainda que nenhuma área do varejo tenha apresentado quedas nas vendas, o aumento foi menor do que estimado no início do ano, segundo especialistas. Silveira acredita que a tendência é aquilo que foi observado na data comemorativa. "O Dia dos Namorados, por exemplo, deve seguir essa tendência. Creio que vai ter crescimento, mas um crescimento modesto. Devido a todos aqueles fatores, problemas na indústria, redução da renda disponível, maior inflação e alta dos juros, o apetite para consumo acaba sendo inibido."

Fonte: DCI, São Paulo, 21 maio 2013. Caderno A, p. A11.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.