Comércio revê crescimento para este ano
Igor Utsumi

Após crescimento satisfatório nos três últimos anos, o varejo brasileiro em 2013 segue apresentando resultados abaixo do esperado, o que tem levado empresas e consultorias a rever as projeções de crescimento para este ano. É o caso da GO Associados, que estipulou em 5% o aumento no volume de vendas do comércio, abaixo dos 6% estimados previamente. A Associação Paulista de Supermercados (Apas), também corrigiu sua expectativa de crescimento, fixada em 6,5% no início do ano, para um valor entre 5% e 6%. Ainda que o setor não tenha parado de crescer, a expectativa de manter o mesmo nível observado em 2012 perdeu forças.

A revisão do aumento de vendas se deve, em parte, às fracas vendas do mês de abril deste ano. De acordo com Fabio Silveira, diretor de pesquisa econômica da GO Associados, mesmo com um período maior de vendas, o resultado foi apenas razoável na comparação com o mesmo mês de 2012. "Em abril deste ano, tivemos 22 dias úteis, enquanto no ano passado tivemos 20. Mesmo assim, na série sem ajustes, a taxa de crescimento é muito fraca, de apenas 1,6%. Já na comparação com março, o aumento foi de apenas 0,5%, o que não pode ser considerado significativo."

Silveira não descarta que as projeções se alterem até o final do ano. "É possível que haja mais uma revisão, pois o consumo está mais contido. Já estamos observando uma atmosfera um pouco mais pessimista nesse mercado", comentou o consultor.

Para ele, alguns fatores que sustentam a demanda estão atrapalhando o desempenho do comércio. "Pode-se citar a elevação de juros, que encarecerá o crédito nos próximos seis ou nove meses; o esfriamento do mercado de trabalho, acompanhado por menor crescimento da massa salarial; e a desvalorização cambial, o enfraquecimento da moeda, que vai encarecer o preço dos importados", argumentou Fabio.

Para o economista e professor das Faculdades Cásper Líbero e PUC-SP, Adalton Diniz, a diminuição do ritmo de crescimento da renda é um dos pontos que mais afetam o varejo brasileiro. "Nos anos anteriores, o aumento do salário mínimo foi muito acelerado, e este fenômeno alavancou o varejo. Neste ano, o setor teve uma demanda reprimida muito forte, e o crescimento da classe C diminuiu. Ainda assim, não se trata de retração nem queda, mas de uma desaceleração."

Supermercados

De acordo com levantamento feito pela GO Associados baseados em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), um dos segmentos que se destacou negativamente no cenário nacional é o de supermercados, alimentos e bebidas. Mesmo não tendo a maior queda entre os segmentos da pesquisa, o decréscimo observado, de 0,4%, é o terceiro consecutivo neste ano. "A queda de 0,4% é mais expressiva, por envolver produtos de primeira necessidade, do que em calçados, por exemplo, que caiu 0,5%. Isso mostra que o setor teve enfraquecimento importante, observável desde o final do ano passado. As pessoas estão adiando as compras de alimentos de primeira necessidade", apontou o diretor da GO Associados Fabio Silveira.

O gerente de economia e pesquisa da Associação Paulista de Supermercados (Apas), Rodrigo Mariano, afirmou que a inflação é a principal responsável pela queda nas vendas do varejo, inclusive nos supermercados. "É muito importante ressaltar que a inflação afeta a todos, mas principalmente afeta as classes de renda mais baixa. São justamente as classes que deixam de comprar no supermercado, deixam de adquirir itens de primeira necessidade."

Segundo Mariano, o Estado de São Paulo também tem sido afetado pela má performance do varejo, mas em menor escala do que observado em outras regiões do Brasil, sobretudo naquelas cuja população tem menor poder de compra. Mesmo assim, já houve uma revisão da estimativa de crescimento no volume de vendas deste ano. "Nossa projeção era crescer em

Reutilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

torno de 6,5%, mas já diante do comportamento inflacionário, reduzimos. Hoje nossa expectativa é crescer de 5% a 6% em relação a 2012, o que geraria um faturamento de R$ 8 bilhões maior do que o de 2012, aproximadamente." Mesmo assim, o desempenho paulista está acima da média nacional. "Posso adiantar que em maio deste ano na comparação ao ano anterior, tivemos aumento de 9%, número bem expressivo. No acumulado anual, de janeiro a maio, observamos crescimento de 5,72% em relação a 2012."

O gerente comercial do Grupo Muffato de supermercados, Adilson Côrrea, acredita em uma recuperação do segmento caso os preços de alimentos caiam e se mantenham reduzidos a médio ou longo prazo.

"É preciso que a queda de preços continue ocorrendo de maneira constante e significativa, gerando aumento no poder de compra do consumidor. A inflação tem papel fundamental em qualquer negócio", comentou o executivo ao DCI.

Fonte: DCI, São Paulo, 20 jun. 2013, Primeiro Caderno, p. A9.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.