

Conjuntura Inflação, endividamento das famílias e continuidade da guerra na Ucrânia são alguns dos desafios para setor manter impulso em 2024

Varejo rumo para ter ano melhor que 2022, mas cenário é frágil

Érica Polo
De São Paulo

As vendas do varejo ampliado poderão crescer 5,2% de janeiro a novembro em relação ao mesmo período do ano passado, indica estudo recém-divulgado pelo Instituto Brasileiro dos Executivos de Varejo e Mercado de Consumo (Ibevar) e IIA Business School (Ibevar) e IIA Business School (Ibevar) obtido pelo Valor. A receita real do varejo restrito (que exclui vendas de automóveis, motos, peças e material de construção) deve ter alta mais modesta: 1,2%.

Caso esse cenário se confirme, o setor rumo para superar o desempenho do ano passado, quando a receita real do varejo restrito cresceu 0,68% sobre 2021 e a do ampliado recuou 0,69%. A receita real desconta a inflação.

“Os dois últimos anos foram ruins”, afirma Claudio Felisoni, presidente do Ibevar e professor da IIA Business School, coordenador do estudo. “O IPCA em 2021 foi de 10,06% e, em 2022, 5,79%, ou seja, 16,4% nesses dois anos. A inflação é como se fosse um imposto, retira renda real das famílias. Essa compressão da renda afeta dramaticamente o consumo.”

Felisoni classifica o avanço projetado para 2023 como “positivo”, mas lembra que o cenário macroeconômico ainda é frágil. “Existe preocupação com a inflação, que é resiliente no núcleo de serviços, há incertezas sobre o cenário externo e tem uma guerra [Ucrânia] que ainda não acabou.”

“Tudo isso sinaliza preocupação com o crescimento sustentável do consumo no mercado interno. Se

estivesse bom, não tinha quebra-de-cabeira de varejistas”, continua o pesquisador. Na sexta-feira, o IBGE divulgou que o volume de vendas do varejo ampliado caiu 0,3% entre junho e julho, descontados os efeitos sazonais, mas subiu 6,6% em relação a julho de 2022.

Para traçar as projeções, o Ibevar/IIA considera indicadores da série real dessazonalizada da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), do IBGE, e também algumas variáveis “qualitativas” — a exemplo das mudanças recentes no mercado de crédito. Queda da inflação, retomada do emprego e início da trajetória de queda dos juros básicos da economia influenciam o cenário.

Entre as variáveis que Felisoni chamou de “qualitativas”, está o efeito do programa Desenrola, lançado pelo governo federal em julho, a iniciativa possibilita a renegociação de dívidas às pessoas físicas, com foco na inadimplência e, conseqüentemente, também sobre o consumo.

Economistas da CNC e da FecomercioSP, contudo, ainda não enxergam um efeito significativo da medida para as vendas. “O Desenrola é positivo, mas as condições econômicas das famílias melhoraram impulsionadas por efeito da queda da inflação e do aumento do emprego”, afirma

Guilherme Dietze, assessor econômico da FecomercioSP.

Fabio Bentes, economista sênior da CNC, acrescenta que a “medida mais contundente” do programa Desenrola até agora alcança valores baixos de dívidas. “O efeito para desalavancagem de dívida ainda é pequeno. Por mais que tenha muita gente devendo R\$ 100, [a medida] ainda não tem o poder de movimentar a economia”, diz. Ele vê um efeito mais forte em 2024.

A melhora das condições econômicas das famílias devido ao emprego e ao recuo da inflação, contudo, não está se revertendo em pagamento de dívidas antigas, acrescenta Dietze. “As pessoas estão aumentando o consumo, mesmo com dívidas, porque o ambiente favorece: o acesso a crédito é fácil, mesmo com os juros altos.”

A última pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) elaborada pela FecomercioSP (o Estado representa um terço das vendas do varejo no país) marcou 107,5 e está em alta em comparação à de julho, quando o indicador resultou em 103,8. Em agosto do ano passado era 81,9.

“Tem mais gente tomando crédito, mas estamos tranquilos em relação à inadimplência porque os dados do Banco Central, referentes ao país, mostram que o comprometimento da renda com dívida está em torno de 30%. É um nível saudável”, diz Dietze.

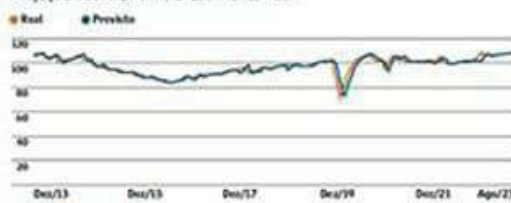
Esse retrato deverá contribuir para desempenho mais favorável do varejo no segundo semestre em comparação aos primeiros seis meses deste ano. “Mas indicadores como da inadimplência e dos juros



Claudio Felisoni: “Se [o consumo] estivesse bom, não tinha quebra-de-cabeira de varejistas”

Desempenho do varejo ampliado

Projeção Ibevar/IIA e crescimento real*



5,22% é a alta projetada para a receita real do varejo ampliado no acumulado do ano até novembro; em 12 meses, a alta é estimada em 4,77%

Fonte: Ibevar/IIA Business School. *As projeções de receita real têm como base os indicadores da PMC do IBGE.

ainda estão em patamares elevados se comparados ao período pré-pandemia”, reforça o economistaabela Lavares, da Tendências Consultoria.

O recuo da Selic deverá contribuir para maior tração do consumo a partir do segundo semestre de 2024, continua ela. Contudo, começa a haver um efeito prático sobre a taxa de captação do dinheiro pelos bancos (afetada pela taxa básica de juros) e o spread bancário (percepção de risco), ambos fatores que compõem a taxa final da “ponta”.

Segundo as projeções do Ibevar/IIA, as vendas por setor poderão oscilar entre -11,54% e +7,94% no acumulado de janeiro a novembro. A maior variação negativa é estimada para “outros artigos de uso pessoal e doméstico”, enquanto “automóveis, motos, partes e peças” indica a maior alta.

A economista da Tendências lembra que o varejo automotivo

não cresceu em 2022. “Já os bens essenciais, como alimentos e itens farmacêuticos, se destacam em nossa avaliação porque já vinham em rota de crescimento e devem avançar a taxas superiores à média do total do varejo.”

O varejo de automóveis ganhou fôlego em 2023 devido ao programa de incentivos lançado em maio pelo governo federal — já encerrado. O efeito foi pontual, avalia economistas. A iniciativa contribuiu para um pico de alta das vendas na metade do ano.

“Esse tipo de medida tem um impacto muito limitado. Acontece deslocamento de demanda, ou seja, pessoas que já tinham intenção de comprar antecipam o movimento e mais para a frente ocorre um ajuste no mercado”, diz Luciano Rostagno, estrategista-chefe do Banco Mizuho.

Ainda assim, a expectativa é que o

setor cresça no ano na comparação com 2022. Bentes, da CNC, vê reação setorial não só devido ao programa pontual do governo, mas pelo início da trajetória de queda dos juros básicos. “Não há, no varejo, segmento mais sensível aos juros do que os automóveis. Evidentemente por causa dos preços elevados”, afirma.

Mesmo que o início da redução das taxas ainda não traga um grande efeito “na ponta”, o hábito do brasileiro é consumir parcelas que caibam no orçamento. “Os afloitos começam a movimentar o mercado mesmo diante de uma queda pequena da taxa de juros, incentivados por propagandas do varejo que anunciam “grandes oportunidades pela baixa das taxas”, diz. Um efeito mais forte de vendas deverá ser visto em 2024, continua.

Após “automóveis, motos e peças”, o ranking de altas de janeiro a novembro do Ibevar/IIA aponta para combustíveis e lubrificantes (4,30%), itens farmacêuticos e médicos (4,07%), varejo supermercadista (3,82%), bebidas e fumo (2,40%) e móveis e eletrodomésticos (0,86%). Produtos farmacêuticos e alimentos são resilientes a crises.

Já as baixas projetadas para o mesmo período comparativo ficam por conta de outros artigos de uso pessoal e doméstico (-11,91%); livros, revistas e papeleria (-4,82%); materiais de escritório e equipamentos de informática (-3,51%); material de construção (-2,49%); e tecidos, vestuário e calçados (-0,96%).

Índice de empresas citadas em textos nesta edição

AMVZ C6 AB InBev A11 Aqua Vivo C6 Agilex B7 AlExpress B4 Alvarez & Marsal B5 Amazon B7 Amfam B1, B2, B6 Apple B7 Arauco B5 AcelisMetal B5	Arvor Business Advisory B5 ARX Investimentos C2 Atlas Schindler B4 Atvos B8 AVG B5 Banco Macho A2 Bemisa B5 BIMU A3 Bracel B5 Bradesco AB, B6 Bradesco Asset	Management C2 BITG Factual C2 CBMM B4 Codri B5 Comisa B5 CSN B5 CSN Mineração B5 Deco B5 Diageo B7 Dorelli e Abreu Sodré Advogados C2 Dow A11	Engelhorn B4 Esmat Distribuição B5 Future Learning A11 Gurus Capital C2 Gepreme B8 Gerdau B2, B5 Global B5 Goldman Sachs C3 H&M B7 Harvard B2 Harvard Kennedy School B2	HCI Invest C6 Horus B8 Index B5 ISA Oleg B4 Iluminas B5 Itaú Unibanco C6 J. Mendes B5 Kellus B4 KPMG B6 Machado Associados C2 Mercado Livre B7 Minerva B5	Mubadira Capital B8 Musa B5 Nike B7 Nominor B8 ÖBBrecht AgriIndustrial B8 Oti B4 Paracel B5 Petróleo A1, B4 Petro B2 PhC B6 Renner B6	Santander C6 Saudi Aramco B5 Sharsip Agropesquisa B5 Scot Consultoria B8 Senasa Experian C4 Shen B7 Shopee B7 Smerlog B7 Sinema B8 Southern Cross Group B5 Starbucks A11 StoneX A3	Suzano B5 Target A11 Telefônica B6 Tendências A2 e A3 Trackly B4 UBS B8 C2 Uminas B5 Vale B5 Valepar B5 Valepar B5 Vancourn B8 Voesa B8	Via B8 WEG Equipamentos Distribuidor B4 Western Asset C2 Wivity B6 Xinxiu A11 Zara B7
---	--	--	---	--	---	---	--	---

Atualizado em 11/04/2023
+55 (11) 0600 703888