

CONJUNTURA Notícia da edição impressa de 06/03/2013

Inflação e endividamento preocupam varejo em 2013

Dois ingredientes desafiarão a operação de empresas de comércio nos dois primeiros meses do ano e indicam que se manterão no visor em 2013. Dirigentes das principais entidades do setor no Estado apontam inflação e endividamento das famílias como fatores que impõem maior malabarismo para contornar maiores custos (repasses de preços) e limites a novos gastos dos consumidores. A incerteza sobre o nível de crescimento da economia nacional e regional, que precisa se recuperar do tombo de 2012 com a quebra da safra de grãos, pode exigir mais medidas de redução da carga tributária e aumento da eficiência da mão de obra, acrescentam os dirigentes.

O presidente da Associação Gaúcha de Supermercados (Agas), Antonio Cesa Longo, apontou, no evento de divulgação dos resultados da pesquisa Marcas de Quem Decide, que as redes terão de administrar a expansão de receita com o impacto da alta de preço. Longo cita que os alimentos puxaram os indicadores de custo de vida na largada do ano, com vilões na menor oferta de hortigranjeiros. Os maiores preços são associados a dificuldades de oferta de produção e elevação de custos de logística, enumerou o presidente da Agas. "Os supermercados tentam repassar produtos mais acessíveis a preços menores, já que o setor é altamente competitivo", traçou Longo. A estratégia para contornar altas deve beneficiar os consumidores, acredita o dirigente.

A razão para supermercadistas segurarem os repasses está no comportamento dos clientes, que facilmente substituem itens por opções mais baratas. "O consumidor é muito ágil, dribla a inflação com custo benefício melhor e administra 50% dos itens de sua cesta de supermercado", avisa o dirigente do ramo, que avançou 12% em 2012. Longo previne que já há sinais de esgotamento do espaço de maiores gastos da renda, que puxou a economia até o ano passado. Essa situação, para o presidente do Sindilojas de Porto Alegre, Ronaldo Sielichow, insere o limite para contrair mais dívidas e o pagamento das existentes. "Tem muita gente comprando bens sem se planejar, mas o cobertor é curto. A taxa de inadimplência está sob controle, mas há risco de subir pela facilidade de se obter crédito", adverte o lojista.

Sielichow observa que parte do componente da inflação é expectativa e que estão ocorrendo repasses de segmentos da indústria. Para o presidente do Sindilojas, o ambiente exigirá que os governos federal e estadual ajam para neutralizar o efeito de custos maiores. As medidas, que podem incluir alívio tributário, são decisivas para assegurar metas de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB). Zildo De Marchi, presidente da Fecomércio, ameniza impacto de fatores ligados à política macroeconômica e cita que o temor de aumento de débitos dos consumidores foi dissipado.

Para De Marchi, a menor competitividade da indústria brasileira limita um maior crescimento. O dirigente lembra que o ano será de recuperação para a atividade agrícola, com projeção de 5,5% de avanço no ano, ante a queda de 2% no PIB em 2012 (estimada pela entidade, mas cujo dado só será conhecido na próxima semana). "Vamos amortizar as pendências do passado", ressalva.

Ano será promissor para consórcio de imóveis e móveis

A dobradinha imóveis novos e mobiliário deve se manter em alta neste ano para operações gaúchas que querem ganhar em cima da construção. Simone Fonseca, coordenadora da Randon Consórcios, espera alta de 10% nas carteiras, puxadas por imóveis. Em 2012, o segmento apresentou taxas mais elevadas. Simone assinala que a média de valores das cotas, de R\$ 100 mil, passou a ser alternativa como forma de canalizar recursos sem ter de buscar financiamentos. "O consumidor está fazendo a conta, compara com os contratos financeiros e vê que é mais econômico se planejar", indica.

A marca Todeschini, com plantas industriais em Bento Gonçalves que prepara lançamentos para abril, quando faz a renovação bianual das coleções, adotará estratégia mais de mercado que de conceito, segundo o gerente de marketing Felix Polo. O executivo espera que as novas linhas, "mais comerciais e oferecendo o que o brasileiro precisa", ampliem a faixa de consumidor para além da renda mais alta. Além disso, o grupo reforçou a formação de mão de obra de montagem.