

# Comércio revê crescimento para este ano

Entidades dos setores mais afetados já reduziram estimativas para 2013, como a Apas, que baixou projeção de 6,5% prevista anteriormente

SÃO PAULO

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 força.

A revisão do aumento de vendas se deve, em parte, às fracas vendas do mês de abril deste ano. De acordo com Fábio 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

## → CRESCIMENTO

*«É possível que haja mais uma revisão, pois o consumo está mais contido. Já observamos uma atmosfera mais pessimista»*

FABIO SILVEIRA  
DIRETOR DA GO ASSOCIADOS

## → REVISÃO

*«Nossa projeção era crescer cerca de 6,5%, mas já diante do comportamento inflacionário, reduzimos»*

RODRIGO MARIANO  
GERENTE DE ECONOMIA DA APAS

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; a desvalorização cambial, o enfraquecimento da moeda, que vai encarecer o preço dos importa-



dos", argumentou Fábio.

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 baseado 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 Fábio 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 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 Côrea, 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 do DCI.

IGOR UTSUMI

Publicamos 4.739 reportagens sobre

VAREJO

www.dci.com.br  
www.panoramabrasil.com.br

## Farmácias têm sido ponto fora da curva em 2013

O varejo farmacêutico vem sendo um dos poucos segmentos dentro do comércio a apresentar índice de crescimento acima de 1%. Na comparação entre os meses de abril e março, o volume de vendas de artigos farmacêuticos, médicos e perfumaria cresceu 6,4%, após um decréscimo de 1,7% entre março e fevereiro, segundo levantamento da GO Associados.

Após registrar altas de 3,3% e 2,3% nos dois primeiros meses do ano, o bom momento das farmácias é alavancado principalmente pelas grandes redes, responsáveis por 29% do faturamento total de 2012, segundo dados da assessoria financeira Brasilpar.

A estimativa da empresa é que o faturamento atual do mercado, de R\$ 49,6 bilhões, dobre em até cinco anos. Para o fundador e presidente da Rede Pague Menos, Deusmar Queiroz, "a previsão é de um bom futuro para o segmento, justamente por ser um bem de primeira necessidade". O player planeja crescer até 20% em 2013, a fechar o ano com um total de cem novas lojas.

O sócio-diretor da Brasilpar, Luiz Eduardo Costa, acredita que o segmento continuará crescendo devido a uma série de fatores. "Ajuda o envelhecimento da população e até os novos entrantes, como farmácias de redes varejistas alimentícias e investimentos financeiros inéditos."