



Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

♦ economia ♦

Comércio espera ano “desafiador” e melhor

A cautela é outra palavra que vai marcar também a próxima temporada, além do fator eleitoral

“Barriga no balcão” é uma expressão usada pelos mais veteranos do comércio. Figuras emblemáticas do setor, como o fundador da Lojas Colombo, Adeline Colombo, que morreu em 2021, imortalizaram a atitude que deve vir com tudo em 2022. Claro, com uma pitada de modernidade. Além do balcão ou do chão

da loja física, vai ter o “balcão” do WhatsApp, que vai dividir a captação de vendas previstas para serem maiores, projetam dirigentes ouvidos pela coluna para justamente desenhar a trajetória do próximo ano.

A palavra que se repete entre quase todos os presidentes da Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto Alegre (CDL-POA), do Sindilojas da Capital, da Fecomércio-RS e da Federação das CDLs do Estado e regional da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce) é que será um ano de “desafios”.

A cautela é outra, em meio ao fator eleitoral que pode gerar certa tensão e, é claro, após o inesquecível 2020, auge dos impactos da pandemia, e de um 2021, que prometia recuperação geral, mas deu uma balançada após agosto, pelos dados de queda de vendas da Pesquisa Mensal do Comércio, feita pelo IBGE.

Mesmo assim, uma dose de otimismo está nas entrelinhas da maioria das opiniões. O resumo do que vem por aí combina vendas maiores, entre 1,6% e até 2% - shopping centers projetam mais de 10% -, acima da projeção



Segmentos que ainda não recuperaram vendas podem ter mais fluxo

do Brasil, recomposição de preços devido à inflação, estoque reforçado para evitar desabastecimento e atenção à inadimplência. O recuo do ICMS no Estado de 30% para 25% (energia,

telecomunicações e combustíveis) deve demorar a se refletir nos preços ao consumidor final, segundo os dirigentes, mas deve aliviar a elevação de custos das empresas.

Paulo Kruse, presidente do Sindilojas

Previsão nem otimista nem pessimista sobre o crescimento do setor, mesmo que setores, como automóveis, estejam ainda defasados. É um momento desafiador. O varejo estacionou em 2019 e não consegue chegar aos números de 2014, pré-recessão. Preocupa o

ano de eleições, que serão turbulentas, em meio a uma economia que já sofre com o dólar e inflação altos, que tiram poder de compra da população. Recomendo uma dose de cautela com custos maiores devido aos juros. É preciso cuidar do caixa. A falta de produtos, que afetou a venda em 2021, preocupa ainda.

Eduardo Oltramari, diretor da Abrasce

O setor de shopping centers restabeleceu a normalidade no fim de 2021, com recuperação progressiva, consistente e equilibrada. O Natal marcou o resgate da compra presencial e ainda das ações de encantamento que são especialidade do setor. Estratégias com uso de ferramentas digitais, do WhatsApp

ao marketplace, estarão cada vez mais em alta, junto ao fluxo presencial. Para 2022, é preciso ter um olho muito atento ao processo de recuperação, devido a custos com mais inflação, além de desemprego alto. O crescimento real vai de 10% a 15% no faturamento, com um primeiro semestre mais conservador e o segundo fluindo melhor.

Irio Piva, presidente da CDL Porto Alegre

O próximo ano será melhor do que 2021 e será desafiador devido ao cenário de juros e inflação altos. A demanda que ainda está represada em muitos setores, como confecção e demais itens para festas e eventos, vai ajudar. O fator eleitoral pode ser neutralizado por um desempenho melhor alguns

segmentos. Ainda se espera um efeito do “desarranjo logístico” do pós-pandemia, mas com menos pressão de custos estratosféricos do transporte, como de contêineres. A recomposição de estoque, que é como aplicar veneno na veia, é uma necessidade que vai exigir dimensionamento, devido ao custo. Hoje temos uma obsolescência rápida de produtos.

Vitor Augusto Koch, presidente da FCDL-RS

A previsão é de recuperar a situação de 2014, antes da recessão, com vendas maiores que as do Brasil. A geração de vagas vai continuar. Em 2021, até outubro, passamos de 600 mil vagas formais no varejo no Estado. Setores mais prejudicados na pandemia, como calçados, confecções

e acessórios, devem ter mais demanda. Os juros que continuarão em alta são um freio na economia e é um alerta sobre a inadimplência. Ferramentas com uso do cadastro positivo e pontuação para avaliar a tendência de atraso são um remédio para o juro alto. A eleição é um desafio, mas afeta mais o mercado financeiro.

Luiz Carlos Bohn, presidente da Fecomércio-RS

As empresas estão dizendo que 2022 não será tão ruim como as projeções econômicas. Os empresários estão otimistas, muitos dizem que vai ser melhor que 2021. Uma das cautelas é com o abastecimento. Mas o comércio tem a expertise. Se faltar produto, o vendedor pode oferecer alternativas. Preocupa a renda das famílias, afetada pela inflação, além de desemprego alto. O efeito da eleição pode ser sentido se houver mais descontrol fiscal.

Alíquotas do ICMS voltam aos 17% e 25%

Os dirigentes consideram a volta da maior alíquota do ICMS gaúcho ao “nível normal”, em janeiro, passando dos atuais 30% para 25% e de 17,5% para 17%, como um dos pontos positivos na largada de 2022. Além disso, eles convergem sobre os impactos. A percepção é que vai demorar para que uma eventual conta menor seja percebida nos produtos pelo consumidor final,

devido à queda do tributo para a cadeia produtiva. No dia a dia das empresas, a redução para energia, telecomunicações e combustíveis, por exemplo, vai acomodar outras altas de custos. “A oferta e procura vai ajustar o ritmo desse repasse”, opina Irio Piva, da CDL Porto Alegre. “Quem está perdendo pode ter nela uma forma de recompor margem. Mas a concorrência vai fazer o ajuste

de preços”, aposta Piva. Vitor Koch, da FCDL-RS, diz que a mudança “é uma notícia maravilhosa”, que deve abrir espaço na renda dos consumidores. “É positivo, mas a redução não será tão significativa. O recuo não será no mesmo nível para os preços”, previne Paulo Kruse, do Sindilojas. “Muitos segmentos ganham espaço na caixa para acomodar custos maiores em diversas frentes.”

Juros e inflação estarão na vitrine

Economistas da CDL-POA e Fecomércio-RS listam itens que precisam estar no plano de voo dos varejistas para 2022 e envolvem inflação, juros e confiança. Patrícia Palermo, economista-chefe da Fecomércio-RS, observa que o capital vai estar mais caro para as empresas que terão de formar estoques, necessidade após o desabastecimento da pandemia, e para o consumidor. A inflação terá dois efeitos.

Um de distorção dos preços do mercado, pois o maior custo impõe repasses a mercadorias. O segundo pode beneficiar o consumidor diante de uma concorrência maior. Oscar Frank, economista-chefe da CDL-POA, reforça que a renda defasada e o comportamento dos consumidores na hora de gastar vão afetar a dinâmica do varejo. “O cenário conturbado se associa com a eleição, afetando a confiança.”