



Natal deve ter crédito contido

Márcia De Chiara

Consumidor excessivamente endividado e juro ainda alto devem segurar financiamentos

SÃO PAULO - A maior parte das empresas varejistas acredita que a participação dos financiamentos nas vendas deste Natal deve ser mantida nos mesmos níveis do ano passado, revelou pesquisa realizada pelo Centro de Excelência em Varejo da Fundação Getúlio Vargas (FGV). A enquete, feita online com 262 companhias de pequeno, médio e grande portes na semana passada, mostra que 43,9% dos executivos informaram esperar que a fatia dos financiamentos será mantida.

"Esse resultado nos surpreendeu", afirmou Abraham Laredo, professor do Núcleo de Varejo do FGV in company. Segundo a pesquisa, a parcela de empresas que aposta no aumento da participação dos financiamentos no total das vendas (29%) e na redução (27,1%) é praticamente equivalente.

Jacques Gelman, coordenador do Núcleo explica que esse resultado pode indicar duas coisas. A primeira é que o impacto da redução das taxas de juros para impulsionar vendas já foi absorvido pelo consumidor.

Em novembro de 2011, os juros médios ao consumidor eram de 6,67% ao mês ou 117,02% ao ano. No mesmo mês deste ano, a taxa estava em 5,63% ou 92,95% ao ano aponta levantamento da Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (Anefac), "O juro ao consumidor ainda é alto", afirma Gelman.

O segundo fator que pode explicar, na avaliação de Gelman, essa expectativa é que o elevado nível de endividamento do consumidor não permite a tomada de novos financiamentos para ir às compras neste fim de ano.

Luiz Macedo, gerente executivo do Centro de Excelência em Varejo da FGV, observa, por exemplo, que muitos sites de comércio eletrônico estão enfatizando, nas últimas semanas, o pagamento à vista. "Eles oferecem descontos nos pagamentos à vista via boleto bancário e, além disso, dão bônus para futuras compras."

Otimismo

Apesar do fraco desempenho do Produto Interno Bruto (PIB) até o terceiro trimestre, o varejo continua otimista com o Natal. Para 69,1% das empresas, as

vendas vão aumentar em relação às da mesma data do ano passado, enquanto 17,5% esperam queda e 13,4%, estabilidade.

"O otimismo é generalizado", destaca Gelman. Para ele, o desempenho do PIB registrado até agora e o otimismo do varejo não são contraditórios porque o comércio, sustentado pela renda e o emprego, continua crescendo.

O otimismo predominante entre as companhias não significa, no entanto, taxas espetaculares de crescimento de vendas, mas aumentos moderados.

Quase 45% das empresas projetam para o Natal deste ano acréscimo de vendas entre 1% e 10%. Os mais otimistas, que esperam aumento no faturamento acima de 10%, somam 24,4%, enquanto as companhias que acreditam repetir ou até ter queda nas vendas representam 31% da amostra.

Considerando o cenário de consumo moderado para este fim de ano, a maioria das companhias varejistas, isto é, 65,3% delas, não teve dificuldades de abastecimento. De acordo com a pesquisa, 34,7% das empresas informaram ter alguma dificuldade para formar seus estoques.