



Análise de Conjuntura

Boletim periódico da Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados

Os textos são de exclusiva responsabilidade de seus autores. O boletim destina-se a promover discussões sobre temas de conjuntura e não reflete a posição de parlamentares, de suas assessorias ou do corpo técnico da Câmara dos Deputados.

Varejo mantém crescimento moderado

No primeiro trimestre, as vendas no varejo estão melhorando, apesar da crise. Em fevereiro, segundo dados da Pesquisa Mensal de Comércio divulgados pelo IBGE na semana passada, a receita do comércio varejista cresceu 1,7%, consolidando a recuperação de janeiro. Em relação a fevereiro de 2008, o crescimento foi de 11% em receita nominal e 3,8% em volume.

Essa recuperação foi constatada em sete das dez atividades pesquisadas. O segmento de hipermercados, supermercados e alimentos foi o que mais contribuiu para a taxa global, com um aumento de 5,6% em volume, em relação ao janeiro.

Tendência repete comportamento de outros países

Nos Estados Unidos a situação não é muito diferente. As vendas da indústria cresceram 0,2% em fevereiro, totalizando 995 bilhões de dólares. Graças a essa pequena recuperação, os estoques acumulados, que mantinham alta histórica, caíram 1,3% em relação a janeiro, totalizando um valor estimado em 1 trilhão e 421 bilhões de dólares.

Expediente

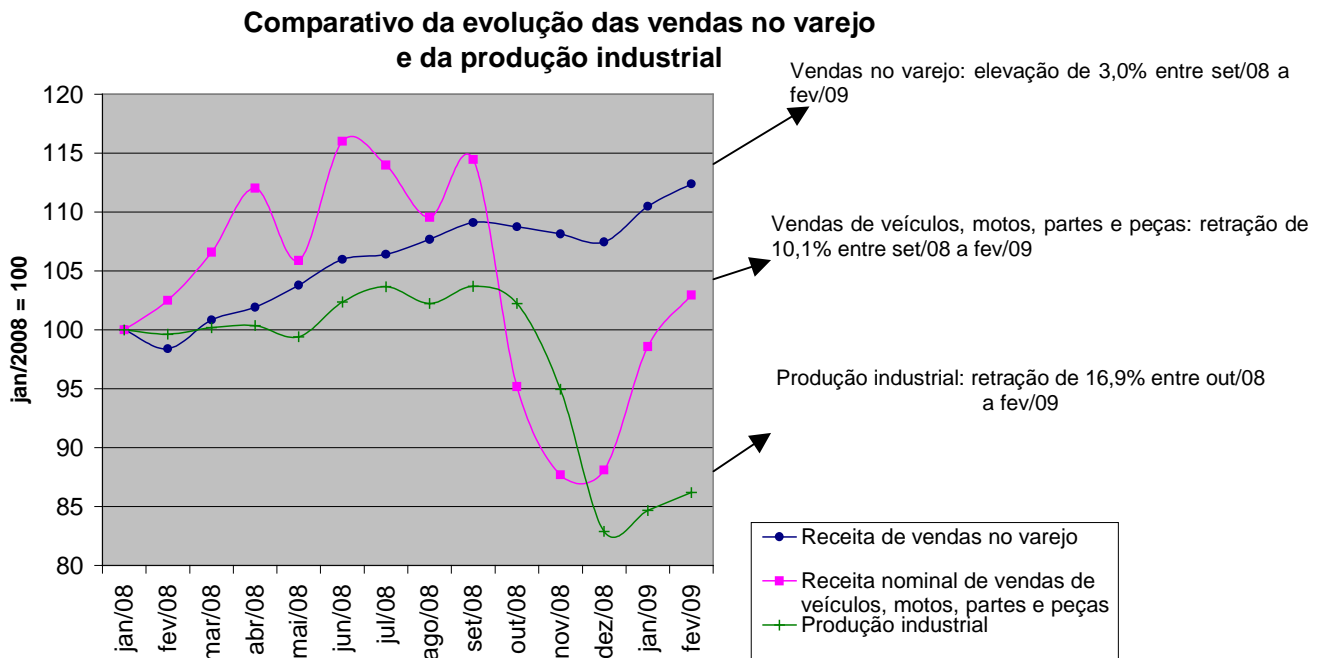
Boletim de Análise de Conjuntura (BAC). Ano 1, nº 8. Quinta-feira, 23 de abril de 2009.

Colaboraram neste número: Marcelo Barroso Lacombe (coordenador), Marcos Pineschi Teixeira e Bernardo Estellita Lins.

O Boletim de Análise de Conjuntura é uma publicação da Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados. Destina-se a promover o debate sobre temas de conjuntura e não reflete a posição de parlamentares, de suas assessorias ou do corpo técnico da Câmara dos Deputados.

Os atacadistas tiveram um aumento de 0,6% nas vendas de fevereiro, chegando a 320 bilhões de dólares. Os estoques do comércio também caíram ligeiramente, redução de 1,5% em relação a janeiro. Por outro lado, as vendas de varejo alcançaram 344 bilhões em março, uma queda de 1,1% em relação ao mês anterior, interrompendo a tendência de crescimento de janeiro e fevereiro.

No Brasil, as vendas no varejo apresentaram, no período entre setembro a dezembro de 2008, uma leve retração, da ordem de 1,5%. Analisando, contudo, o período entre setembro de 2008 e fevereiro de 2009, constata-se uma expansão de cerca de 3,0%, denotando que o setor varejista apresentou uma interrupção no crescimento das receitas de vendas ao final de 2008.



Fonte: elaborado a partir de dados da Pesquisa Industrial Mensal e Pesquisa Mensal do Comércio (IBGE)

Quadro bastante diverso é oferecido pela produção industrial, que se retraiu de modo significativo a partir de outubro de 2008, mostrando o descompasso entre o setor produtivo e o varejo.

As vendas de veículos, motos e suas partes e peças não integram o índice de vendas no varejo. Para o segmento, observa-se uma retração muito pronunciada no ano passado, que chega a 23,4% entre setembro e novembro de 2008, e uma recuperação muito expressiva em 2009, influenciada pelas medidas adotadas pelo Poder Executivo.

Redução de IPI na linha branca é oportuna

O comportamento das vendas apresenta-se, pois, mais amigável do que as variações abruptas na produção industrial. Há várias razões para isso. O comércio varejista depende, no curto prazo, de três variáveis: o nível de renda do consumidor, os preços praticados e a disponibilidade de crédito. A recuperação observada no varejo brasileiro neste trimestre decorre, em grande medida, da expansão da massa de salários. Em alguns setores, como o de alimentos, há também a contribuição de uma queda de preços.

Mas há outros fundamentos a considerar. O primeiro é o que os economistas chamam de elasticidade. O consumidor reluta em abrir mão de certos produtos, tais como alimentos, remédios ou combustível. Seu consumo é inelástico, ou seja, muda pouco quando há uma variação de renda ou de preços. Sua queda é proporcionalmente menor do que a queda da renda ou do que o aumento dos preços. Dentro de certos limites, as pessoas preferem deixar de comprar outras mercadorias, ou até desfazer-se de sua poupança, para manter o consumo desses bens inelásticos.

Outro fundamento importante é o efeito substituição. O consumidor tem a possibilidade de substituir produtos mais caros e de melhor qualidade por bens inferiores. Desse modo, as variações de volume tendem a ser menores do que as quedas de receita do comércio, amenizando o comportamento do varejo na crise.

O comércio mais afetado pela crise, portanto, é o que se especializou em bens cujo consumo é elástico e com lealdade às marcas, o que dificulta a substituição. Nesses casos, a disponibilidade de crédito é crucial para sustentar o consumo e, com a crise, o crédito ao consumidor escasseou. Os varejistas de vestuário e calçados e as lojas de móveis e eletrodomésticos enquadram-se nesse grupo e são os que mais têm sofrido neste momento. Tais atividades são as únicas que apresentam, em fevereiro deste ano, queda em relação a fevereiro de 2008, de 1,1% e 1,2% respectivamente.

Nesse sentido, a iniciativa do governo de redução do IPI para produtos da linha branca, anunciada na última sexta-feira, parece acertada. No entanto, contrariamente ao que ocorreu com a venda de automóveis, poderá revelar-se pouco eficaz e merece ser vista com cautela. A redução só leva, efetivamente, a um preço menor nos casos em que haja uma competição agressiva no mercado e uma resposta efetiva do consumidor a essa queda de preços, aumentando as vendas. Se isto não ocorrer, o varejista preferirá manter o preço final e apropriar-se da diferença, recompondo suas margens.

A cautela na concessão do financiamento ao consumidor das classes C/D/E pode também representar uma barreira ao aumento do consumo de bens duráveis.

A mensagem, em suma, é de que a recuperação no varejo é bem vinda, mas deve ser encarada com entusiasmo moderado. Pode resultar, simplesmente, de uma acomodação do consumidor, sem efeitos duradouros na economia.

A China poderá ser o motor da nossa recuperação?

A China lançou, em março, um ambicioso pacote de estímulo econômico de 587 bilhões de dólares. O evento foi saudado pelo meio econômico internacional como um grande passo na direção da recuperação da economia mundial.

Entretanto, desse montante, apenas 173 bilhões consistem em novos gastos. Quanto desta contribuição virá do governo central ainda continua obscuro. Há dúvidas, também, sobre quão realista é a projetada taxa de 8% de crescimento e até sobre as chances da economia chinesa alcançar um crescimento robusto para o ano de 2009..

Desafios orientais

Os números divulgados do comércio externo chinês para o mês de março indicam uma retração das exportações da ordem de 17,1% em relação a março do ano anterior. Contudo, os dados das importações apresentam uma retração mais pronunciada, de 25,1%, que inclusive pode contribuir para a intensificação dos efeitos da crise sobre a economia do leste asiático e da Austrália.

Há, portanto, uma expansão do superávit comercial da China. Porém, há que se considerar que as importações chinesas são compostas, em parte, de insumos necessários para a produção que será destinada ao exterior. Assim, o quadro pode ser indicativo de dificuldades do setor industrial voltado à exportação, apesar dos números oficiais divulgados.

Mesmo o investimento estrangeiro direto retraiu-se 26% nos dois primeiros meses deste ano. Além disso, bancos chineses têm reportado uma queda acentuada na margem de lucro das empresas daquele país, sinalizando possíveis dificuldades para rolagem de antigos empréstimos e concessão de novos créditos.

Na indústria têxtil, por exemplo, levantamento do governo chinês com dois terços das empresas do setor indicou margem de lucro média da ordem de 0,6%. Para 27% das firmas consultadas, a valorização do yuan colocou pressões insuperáveis sobre sua atividade exportadora. E 44% das empresas estão reforçando suas vendas no mercado interno. E mais de 400 indústrias declararam sua intenção de fechar os negócios e mudar de ramo.

O comportamento do setor têxtil parece refletir uma tendência geral das exportações chinesas. E pode apontar para uma retração das importações. Em numero anterior chamamos a atenção para o papel cada vez mais importante da China no comércio exterior brasileiro. E ressaltamos oportunidades e riscos decorrentes dessa conjuntura. Os indicadores daquele país sugerem que os desafios da China não são poucos.