

Raio X

Os Impactos da Crise Econômica no Varejo Brasileiro



É indiscutível que a atual situação política do País refletiu diretamente sobre a economia e, conseqüentemente em todos os segmentos de negócios. Um desses setores é o Varejo, que gera cerca de 19 milhões de empregos, mas tem sentido diretamente a desaceleração do mercado.

Não é novidade dizer que o País vive a maior crise econômica da nossa história, com retração dos diversos setores, aumento do desemprego, redução do crédito e inflação. Um cenário que, apesar de vivenciado pelo varejo no dia a dia, torna-se mais dramático quando os diversos indicadores são colocados sob perspectiva.

O “Os Impactos da Crise Econômica no Varejo Brasileiro”, desenvolvido pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) com base em dados dos principais institutos de pesquisa do País.



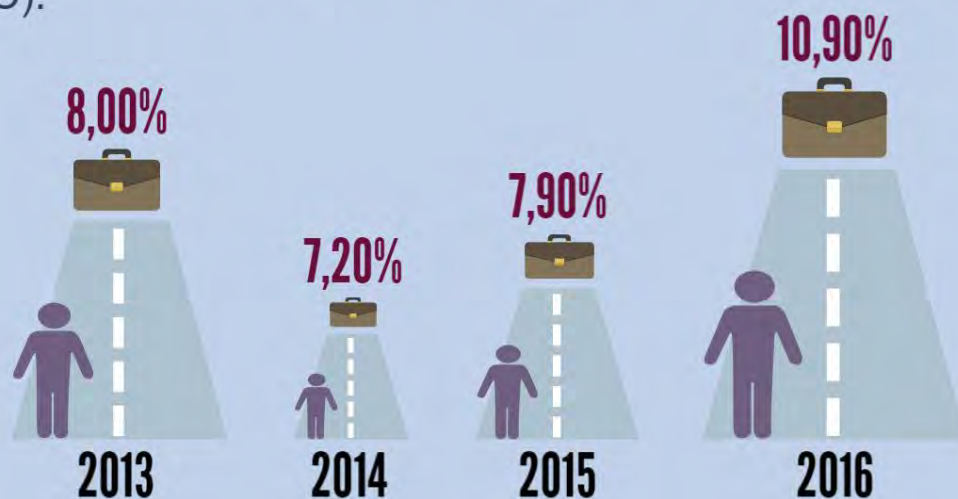
Eduardo Terra
Presidente SBVC

Desemprego



Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra Domiciliar (Pnad) do IBGE, o índice médio de desemprego no País, que foi de 8,00% em 2013, recuou para 7,20% no ano seguinte, mas saltou para 7,90% ao longo de 2015 e, em 2016, já se aproximou dos 11%. A deterioração do cenário fez com que em 2015, mesmo no período de fim de ano, em que tradicionalmente o comércio realiza contratações de temporários, o índice de desemprego alcançasse os maiores números dos 12 meses anteriores. Nos primeiros meses de 2016 o desemprego continua em alta, 9,5% em Janeiro. Ao longo de 2015, as grandes empresas demitiram pelo menos 62 mil pessoas e o total de demissões no varejo chegou próximo dos 190 mil, segundo a Confederação Nacional do Comércio (CNC).

Fonte: Pnad



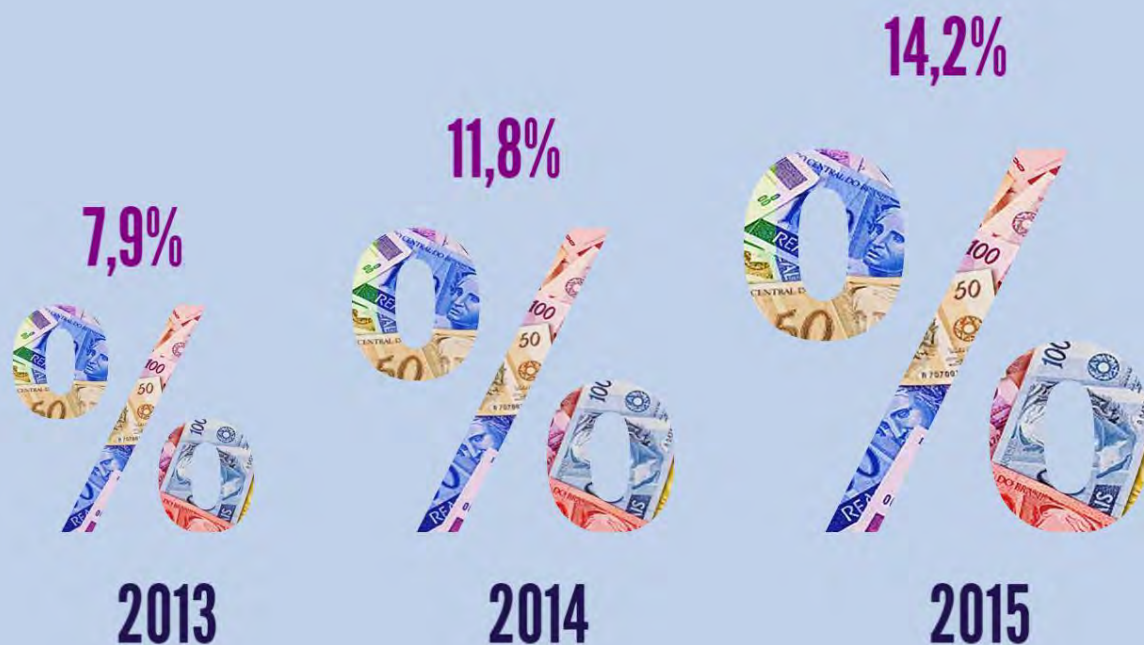
Saldo Ajustado - Período 2013 a 2015

Fonte: CAGED



Alta dos Juros

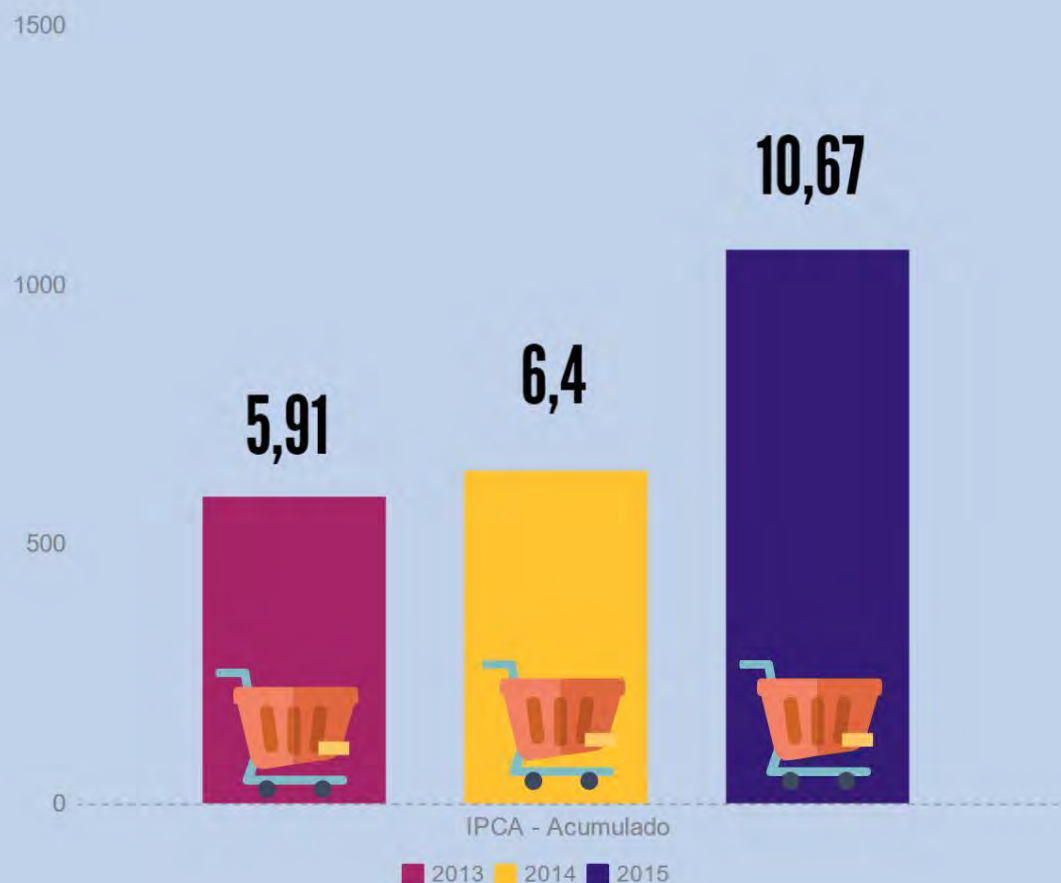
A dificuldade do governo em fechar suas contas deu início a um ciclo de forte alta na taxa básica de juros (Selic), o que, por sua vez, fez com que todo o mercado aumentasse os juros cobrados e a concessão de crédito tornou-se mais seletiva. Se em 2013 a Selic havia fechado em 7,9%, no ano seguinte voltou aos 11,8% de 2011 e, em 2015, avançou ainda mais, para 14,2%. Nos primeiros meses de 2016, a retração da economia fez com que novas altas não se tornassem necessárias para desaquecer o mercado.



Fonte: 7326 - Produto Interno Bruto - Taxa de variação real no ano:
<https://www3.bcb.gov.br/sgspub/consultarvalores/consultarValoresSeries.do?method=consultarValores>



Temido nos anos 80, eliminado nos anos 90, esquecido nos anos 2000, o dragão da inflação ameaça retornar. O IPCA, índice oficial de inflação calculado pelo IBGE, subiu desde 2013 de 5,91% para 10,67% e, no primeiro trimestre de 2016, já se aproximou de 3%, projetando a continuidade da perda do poder de compra.

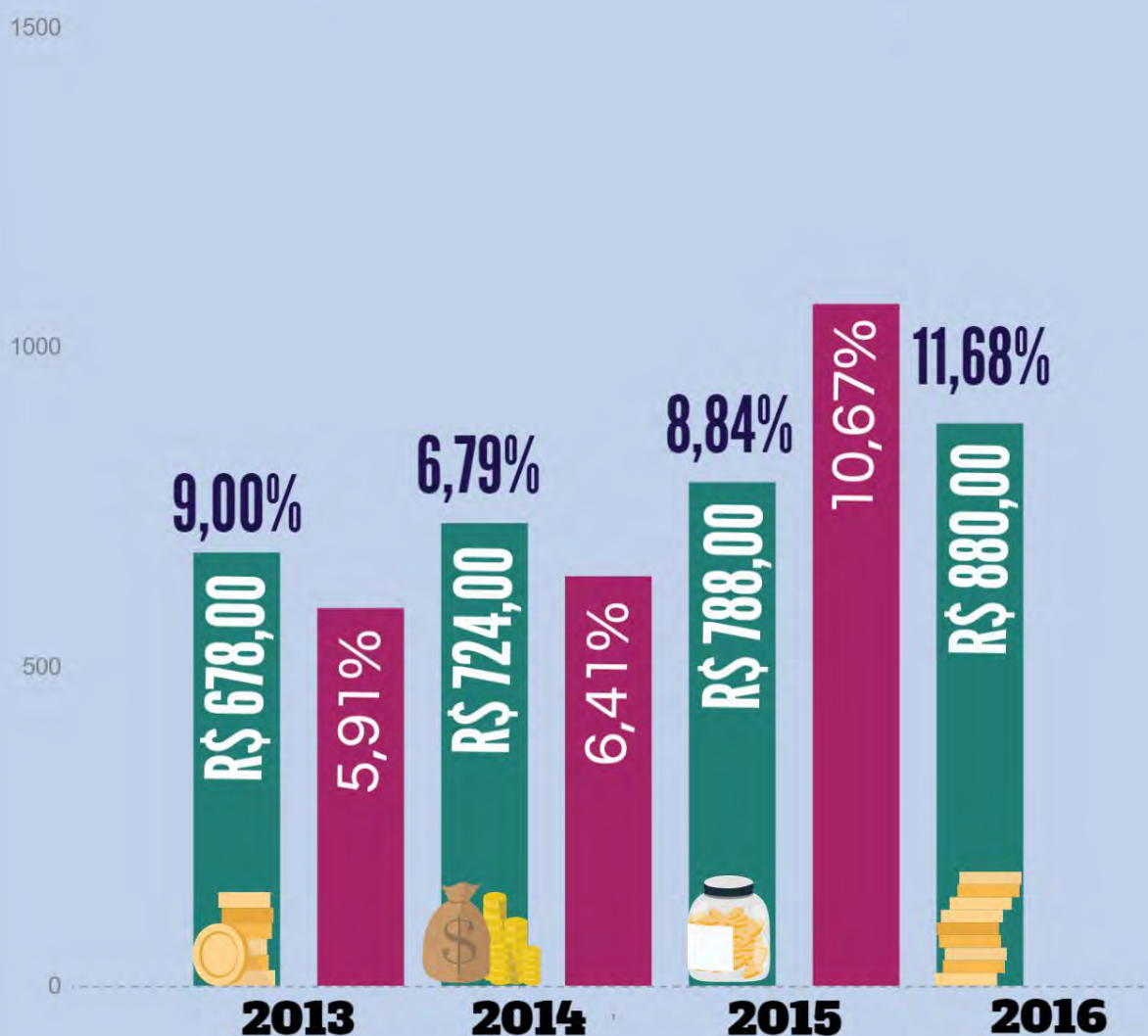


Fonte: PME

Renda

O desempenho do Produto Interno Bruto (PIB) é o maior indicador de problemas estruturais no País: de uma alta de 3,8% em 2013 para uma queda de 0,2% no ano seguinte e um recuo de 2,7% em 2015, com projeção negativa de 3,5% neste ano. A consequência é a redução da renda média da população.

Reajuste do Salário Mínimo X Inflação



Fonte: <http://br.advfn.com/indicadores/salario-minimo>

Confiança do Consumidor

Enfrentando aumento dos juros, queda da renda e alta na inflação, inevitavelmente a confiança dos consumidores só poderia cair. Entre 2015 e 2016 o índice calculado pela FGV bateu recordes negativos seguidos, chegando em março a 68,2 pontos em uma escala de zero a 200.



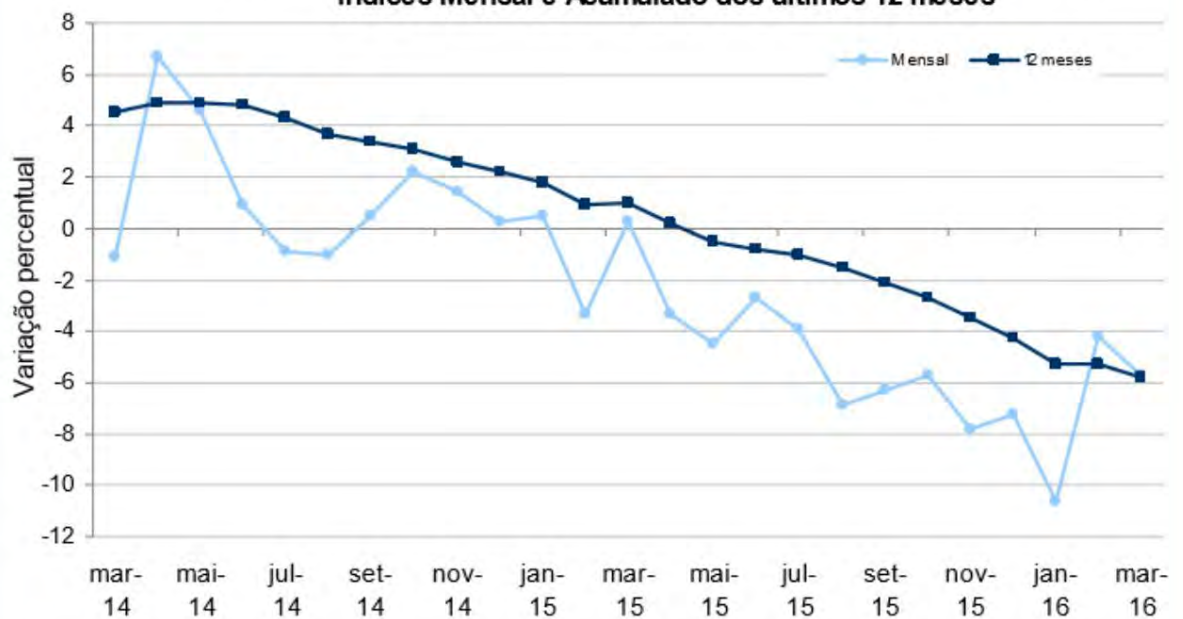
Fonte: FGV

Desempenho do Varejo

SALE

O varejo vem sentindo intensamente os efeitos do cenário. As vendas do varejo, calculadas pelo IBGE, avançaram 3,6% em 2013, para recuar 1,6% no ano seguinte e 8,6% em 2015. Nos primeiros meses deste ano o declínio se mantém nos níveis de 2015, indicando uma demorada recuperação.

Evolução do volume de vendas do Comércio Varejista segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

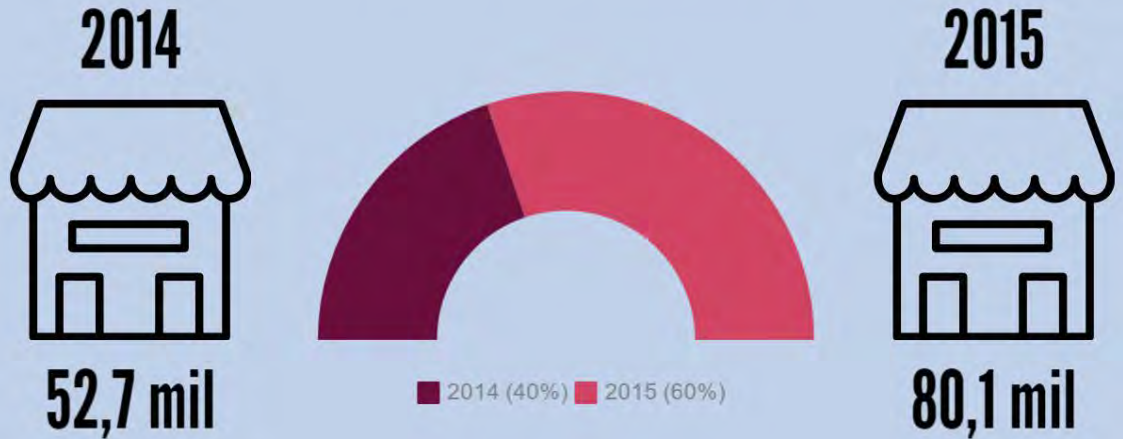


Fonte: Indicadores IBGE Pesquisa Mensal de Comércio março 2016



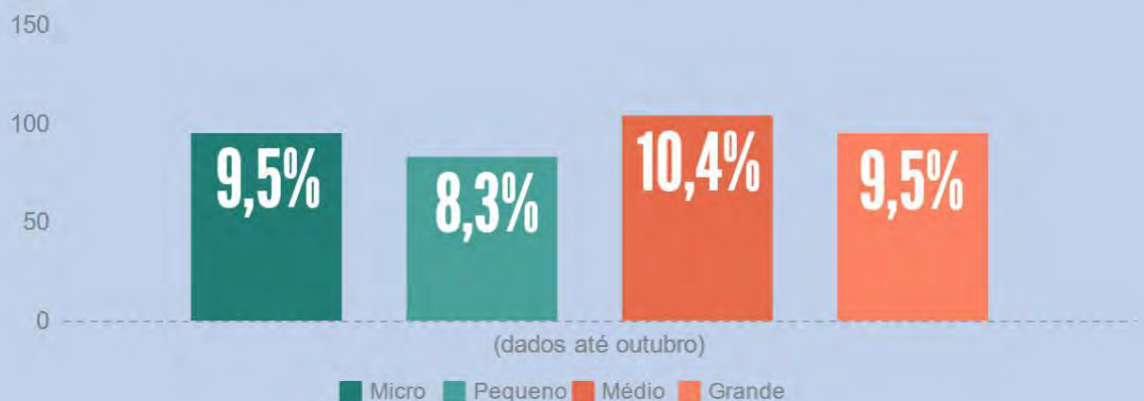
Fechamento de Lojas

Fechamento de Unidades








Fechamento de lojas: com vendas em queda prolongada e pouca esperança de reversão no curto prazo, o caminho do varejo é apertar os cintos e fechar pontos de venda para cortar custos. Entre 2014 e 2015 houve um aumento de 52% no número de lojas fechadas (para 80 mil) e, ao longo desse período, mais de 130 mil pontos comerciais baixaram as portas.

Redução por Porte da Empresa



Abertura de Shoppings

Com um ciclo de desenvolvimento longo, o setor de shopping centers reduziu o número de inaugurações, mas continuou crescendo. Vinte e cinco empreendimentos foram abertos em 2014 e outros 18 em 2015, abrindo espaço para mais 12 mil lojas. Passou a ser comum que shoppings fossem inaugurados com muitos espaços ainda a locar.

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---------|---------|-----------|--------------------------------|
|  Número de Shoppings | 495 | 520 | 538 | 568 |
|  Lojas | 86.271 | 95.242 | 98.201 | - |
|  Empregos | 843.254 | 978.963 | 1.032.776 | - |
|  Tráfego de Pessoas | 415 | 431 | 444 | - |
|  Inaugurações | - | 24 | 18 | 8 inaugurados e 21 a inaugurar |

Fonte: Abrasce

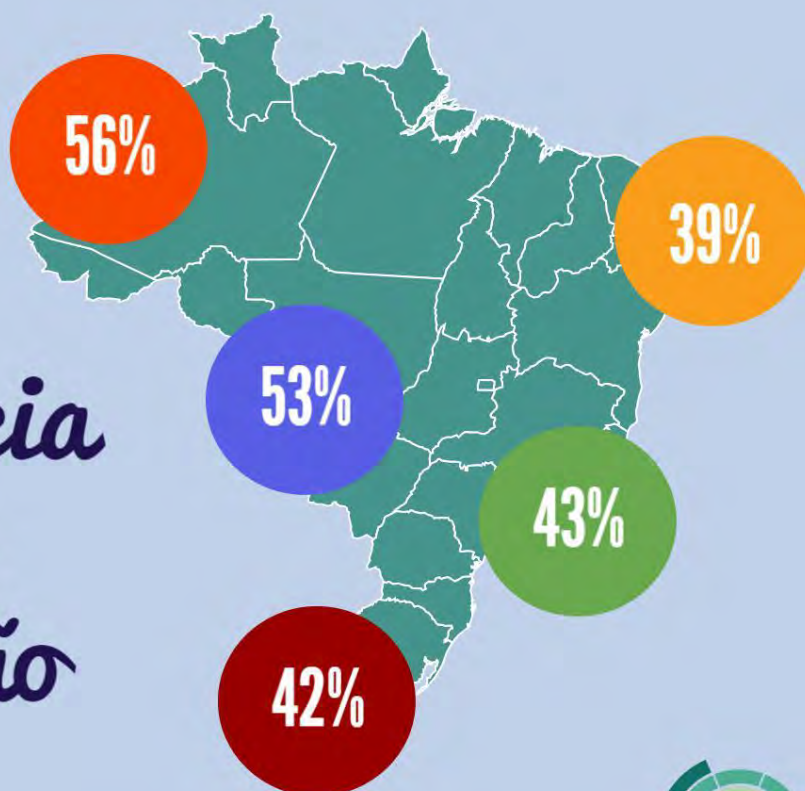
Vacância nos Shoppings

A inauguração de shoppings em um cenário de retração da economia naturalmente traz elevação do índice de vacância nos empreendimentos. Os shoppings abertos em 2013 tiveram vacância média de 40%, número que saltou para 50% dois anos depois. A vacância média do setor chegou a 4,1% em 2015, contra 2,8% no ano anterior, e maior número da série histórica da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce).

Vacância por ano de Inauguração (%)



Vacância por Região





EQUIPE

.....

Técnica

EDUARDO TERRA - Presidente SBVC e Sócio da
BTR Educação e Consultoria

ALBERTO SERRENTINO - Vice Presidente e Conselheiro
Deliberativo da SBVC e fundador da Varese Retail

IVANISE ROLAND - Gerente Executiva SBVC

CAROLINA BURATTO - Coord. de Estudos e Pesquisas SBVC

PAULIANE CLARO - Coord. De Estudos e Pesquisas SBVC