

ÁREA DE OPERAÇÕES INDUSTRIAIS 2 - AO2
GERÊNCIA SETORIAL DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

Data: Dezembro/98

Nº 20

DESEMPENHO RECENTE DO COMÉRCIO VAREJISTA

O comércio é a ponta da cadeia produtiva e é o primeiro a sentir os efeitos do aumento ou redução das atividades econômicas do país. Atento às exigências do consumidor e ao aumento da concorrência extra-preço, o varejo brasileiro segue uma tendência mundial: transferência do poder na cadeia produtiva, da indústria para o varejo e deste para o consumidor final.

O comércio varejista brasileiro carece de dados quantitativos gerais nacionais para avaliação de seu desempenho. Algumas federações estaduais realizam trabalho de acompanhamento sistemático, destacando-se a Federação de Comércio do Estado de São Paulo (FCESP), porém, as metodologias aplicadas nem sempre são comparáveis. O IBGE é o órgão que realiza pesquisas em capitais de alguns estados com metodologia única e que poderá permitir um acompanhamento geral.

O IBGE realiza, atualmente, dois tipos de pesquisa, uma estrutural e uma conjuntural. A estrutural – Pesquisa Anual de Comércio (PAC) – aborda cada segmento de comércio em todo o país utilizando-se de questionários que são aplicados por unidade local do setor formal. A pesquisa de 1996 está em fase final e a de 1997 está em fase de coleta de dados.

A pesquisa conjuntural é uma pesquisa mensal aplicada por enquanto a três regiões metropo-litanas, a saber Rio de Janeiro, Recife e Salvador, porém com projetos de expansão para Porto Alegre e Fortaleza. Tem como grande vantagem a adoção de metodologia única tornando as informações comparáveis e com a possibilidade de elaboração no futuro de um Índice de Comércio Varejista Nacional

Essa pesquisa abrange dez atividades do comércio varejista que representam 95% do faturamento do setor e avalia faturamento, emprego e salários. Assim como a pesquisa estrutural, trabalha o estabelecimento e não a empresa.

Outra avaliação importante é feita através da FCESP que acompanha o comércio na região metropolitana de São Paulo. Apresenta diferenças em relação ao IBGE tanto de metodologia quanto de agrupamento. Por exemplo, as unidades classificadas como lojas de departamento ou de vestuário e calçados abrangem aquelas unidades/seções de super-mercados e hipermercados.

A classificação duráveis abrange lojas de departamentos (inclui bazares e magazines de hipermercados), utilidades domésticas, móveis e decorações; os semi-duráveis englobam vestuário, tecidos e calçados e os não duráveis, supermercados.

A atividade comercial varejista é concentrada nas regiões metropo-litanas que respondem por 80% das receitas das empresas. As regiões metropolitanas de São Paulo e do Rio de Janeiro representam 36,1% do total de receita gerada e seu desempenho é portanto bastante representativo em termos do que vem ocorrendo nas demais regiões do país.

Para as regiões citadas tem-se os seguintes quadros relativos ao desempenho de alguns segmentos até setembro de 1998.

Varição de Faturamento do Comércio Varejista - %

Recife

Segmento	setembro-98/ agosto-98	jan-set-98 / jan-set-97
Super e hipermercados	- 4,0	- 3,3
Lojas de departamento	- 8,1	6,3
Vestuário, calçados, tecidos	- 5,1	- 24,1
Móveis e eletrodomésticos	2,3	- 14,6
Automóveis, motos e peças	- 28,6	- 24,4
Material de construção	5,0	- 10,0
Total Comércio Varejista	- 7,5	- 11,3

Fonte: IBGE

Rio de Janeiro

Segmento	setembro-98/ agosto-98	jan-set 98 / jan-set-97
Super e hipermercados	- 4,7	10,5
Lojas de departamento	- 3,3	- 7,8
Vestuário, calçados, tecidos	- 6,8	- 29,5
Móveis e eletrodomésticos	7,8	- 45,9
Automóveis, motos e peças	- 15,5	- 35,4
Material de construção	- 0,2	- 20,2
Total do Comércio Varejista	- 5,1	- 13,0

Fonte: IBGE

Salvador

Segmento	setembro-98/ agosto-98	setembro-9 8 setembro-97
Super e hipermercados	-5,7	-7,7
Lojas de departamento	4,1	-5,2
Vestuário, calçados, tecidos	-5,1	-20,6
Móveis e eletrodomésticos	-6,0	-31,6
Automóveis, motos e peças	-17,8	-36,9
Material de construção	-2,9	-7,1
Total do Comércio Varejista	-4,9	-14,9

Fonte: IBGE

São Paulo

Segmento	setembro-98/ agosto 98	jan-set98/ jan-set 97
Duráveis	- 8,2	- 4,1
Semi-duráveis	- 4,2	- 20,0
Vestuário	12,3	-20,9
Calçados	-11,4	-13,0
Não duráveis	-2,0	8,4
Supermercados	-2,0	9,2
Comércio automotivo	-14,9	- 26,3
Materiais de construção	- 8,3	- 15,1
<i>Total do Comércio Varejista</i>	-6,7	- 6,6

Fonte: FCESP

Os resultados acumulados das cidades analisadas mostram quedas que são, no entanto, contrabalançadas pelo crescimento do segmento de supermercados, único a apresentar desempenho positivo neste período. De modo geral, os diversos segmentos apresentaram variação mensal negativa como impacto da recente crise e das medidas tomadas pelo governo porém este desempenho negativo já vinha ocorrendo ao longo do ano.

O segmento que mais vem sentindo queda no faturamento é o comércio automotivo, que decresce em todas as cidades pesquisadas. É seguido daqueles relativos a móveis e eletrodomésticos e vestuários, calçados e tecidos. O segmento de materiais de construção apresenta também queda significativa e está da mesma forma dependente de parcelamento do pagamento através de cheques pré-datados.

Esse resultado já era esperado em função da elevação da taxa de juros, em resposta a crise de outubro de 1997, que veio impactando o desempenho do setor durante 1998 apesar de ter ocorrido uma certa expectativa de melhora em relação ao segundo semestre deste ano. No entanto, a elevação da taxa de desemprego assim como o comprometimento da renda e o nível de inadimplência não contribuíram para um crescimento. Os segmentos de bens duráveis, por exemplo, vende produtos de maior valor unitário e são muito afetados pelo crédito e nível de emprego.

Os principais fatores de evolução das vendas é a renda disponível e a política governamental. Assim é que mudanças nas taxas de juros e política de crédito afetam o setor, principalmente, os segmentos automotivo e de eletrodomésticos. Nos últimos anos assistiu-se a um comportamento ascendente no início do Plano Real alterando-se para queda em 1997 e 1998, notadamente, sendo os segmentos atingidos de forma diferenciada.

Para atrair o consumidor e alongar o período de crescimento de vendas o comércio varejista em geral lançou mão de uma série de instrumentos como maior aceitação de cartões de crédito, cheque pré-datados, financiamentos com créditos pré-aprovados, entre outros. Estes financiamentos com créditos previamente aprovados, muitas vezes tinham pouca ou nenhuma relação com a renda do consumidor e prazos de pagamento cada vez mais estendidos.

Em 1996, a FCESP passou a realizar Pesquisa sobre Composição de Vendas e Inadimplência. Em novembro de 1996, as vendas à vista representavam 33% do faturamento da empresa enquanto que em agosto de 1998 responderam por 44,9%. O cheque pré-datado que era a forma de pagamento mais participativa no total das vendas com 36% em novembro de 1996, aumentou para 43% em abril de 1998, caindo em agosto de 1998. Há ainda uma predominância de determinado tipo de pagamento de acordo com o segmento. Por exemplo: não duráveis, cartão de crédito e cheque para 30 dias, semi-duráveis, cheques para 30 dias e parcelados à vista, duráveis e construção, cheques parcelados.

Formas de Pagamento - São Paulo

	nov-96	nov-97	ago-98
à vista	33	44,4	44,9
cartão de crédito	25	18,3	16
cheque pré-datado	36	32,2	35,8
financiamento	3	4,8	2,6
outras	3	0,4	0,7

Fonte: FCESP

Além do crédito, foram tomadas outras medidas para incentivar o comércio, como promoções e ampliação do horário de funcionamento. Os *shopping centers* contribuíram para esta política mais agressiva ao estabelecer o funcionamento em fins de semana e por ter campanhas organizadas de promoção e liquidação puxam também o comércio de rua.

Emprego

Os números do PNAD apontam para um total de 9,1 milhões de pessoas empregadas no comércio de mercadorias, em 1996, correspondendo a 13,3% do total das pessoas empregadas. O fator de crescimento é, principalmente, o desempenho das vendas apesar de estar ocorrendo mudanças em relação às novas tecnologias de operação introduzidas.

O emprego no varejo tem se caracterizado pela alta rotatividade, pouca possibilidade de ascensão profissional e pouca qualificação exigida. No entanto, isso vem se modificando tendo em vista a necessidade de diferenciação na prestação de serviços, informatização crescente, mudanças organizacionais, etc. Portanto, vem sendo alterado o perfil desta mão-de-obra com aumento do grau de instrução do pessoal ocupado bem como da estrutura de remuneração com a participação crescente de trabalhadores com maior nível de salários.

Durante o ano de 1998, a queda do número de pessoas ocupadas nas regiões abordadas vem se mantendo. É um indicador do movimento existente no país e que reflete tanto a queda de vendas durante o ano como mudanças da forma de trabalho. Dados da FCESP apontam uma queda de 0,7% no nível de emprego no período de janeiro-setembro 1998, tendo-se concluído que o comércio varejista manteve grande parte dos empregados optando-se por reciclá-los. Já o quadro referente às regiões pesquisadas pelo IBGE mostra uma redução maior do emprego.

Varição de Emprego - jan-setembro 1998

%

	Rio de Janeiro	Recife	Salvador
Comércio Varejista	-6,9	-9,0	-10,5
Super e hipermercados	-3,0	-7,0	-3,0
Lojas de departamento	-0,7	7,7	-16,9
Vestuário, calçados, tecidos	-14,2	-20,1	-10,7
Móveis e eletrodomésticos	-18,6	-9,0	-34,4
Automóveis, motos e peças	-7,9	-7,3	-11,9
Material de construção	-6,7	-4,7	1,8

Fonte: IBGE

Conclusão

Assim como ocorreu em final de 1997, as vendas do comércio varejista estão sendo afetadas novamente por medidas de caráter emergencial em um período importante para o setor. Impactos sobre o nível de emprego e renda do consumidor estarão gerando um ambiente de retração de vendas que poderá perdurar durante 1999. A adoção de medidas tanto das empresas varejistas mas principalmente do governo, como a redução das taxas de juros, poderão atenuar este quadro.

Neste quadro de redução da atividade econômica as empresas vêm adotando medidas para aumentar a eficiência operacional e manter a rentabilidade das vendas. Os supermercados e hipermercados são aqueles que mais se destacam com o reestudo das margens, redução de custos, negociação mais forte com os fornecedores e redefinição do mix de produtos. Têm evoluído no sentido de adoção de terceirização de atividades não essenciais, estabelecimento de parcerias logísticas com seus fornecedores, além de planejar melhor seus estoques e níveis de compras.

Entre os demais segmentos do varejo, destaca-se a determinação de algumas empresas em se preparar para uma nova realidade de maior concorrência adotando uma estratégia na qual os distribuidores e fornecedores trabalham em conjunto no sentido de proporcionar maior valor ao consumidor. Ao buscar a eficiência da cadeia de valor como um todo, ao invés de se concentrar na de seus componentes individuais, se obtém a redução dos custos e dos níveis de estoque totais, ao mesmo tempo em que se oferece ao consumidor maiores oportunidades de escolha de produtos com melhor qualidade.

Ficha Técnica:

Angela Maria M. M. Santos
Gerente Setorial

Caio Marcio M. Pinhão - Engenheiro

Apoio Bibliográfico: Marlene C. Matta

Editoração: Rosina Maria Rizzo

Email: ao2get2@bndes.gov.br

Fax: (021) 240-3504