

# FOLHA DE S.PAULO



INFLAÇÃO ([HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/FOLHA-TOPICOS/INFLACAO/](https://www1.folha.uol.com.br/folha-topicos/inflacao/))

## Grandes redes de varejo esperam ano duro com fim da poupança da Covid

Empresas sentem a volta do público 'ao normal', mas sem dinheiro no bolso; juros altos afetam endividamento das empresas

2.jun.2023 às 23h15

 EDIÇÃO IMPRESSA (<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/fac-simile/2023/06/03/>)

**Daniele Madureira** (<https://www1.folha.uol.com.br/autores/daniele-madureira.shtml>)

**SÃO PAULO** O primeiro trimestre de 2023 não vai deixar saudades para os varejistas (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/03/via-e-arezzo-despertam-cautela-maior-no-mercado-do-que-magalu.shtml>). Dez grandes redes do país com ações em Bolsa registraram prejuízo, aumento das perdas ou queda no lucro (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/05/com-expectativa-de-corte-dos-juros-investidores-veem-virada-em-acoes-do-varejo.shtml>) no período, em comparação com o mesmo intervalo do ano anterior.

A situação macroeconômica ruim (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/01/falta-de-renda-e-o-que-mais-motiva-trabalho-por-conta-propria-independencia-vem-depois.shtml>) (com a dificuldade de geração de emprego e renda), a taxa básica de juros Selic (<https://www1.folha.uol.com.br/folha-topicos/selic/>) em dois dígitos há 16 meses (que torna mais cara a tomada de crédito por parte do consumidor e aumenta o volume da dívida das companhias), além do alto endividamento das famílias (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/01/endividamento-fecha-2022-em-nivel-historico-e-atinge-779-da-populacao.shtml>) são fatores que restringem as vendas e continuam pesando neste segundo trimestre.

A ligeira alta de 0,2% no consumo das famílias (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/06/consumo-das->

[familias-sobe-02-no-primeiro-trimestre-e-investimento-](#)

[recua.shtml#:~:text=Investimentos%20produtivos%20na%20economia%20t%C3%AAm,3%2C4%25%2C%20diz%20IBGE&text=O%20consumo%](#)

[20das%20fam%C3%ADlias%20brasileiras,Brasileiro%20de%20Geografia%20e%20Estat%C3%ADstica.\)](#) apontada no PIB (Produto Interno Bruto) dos três primeiros meses do ano esteve mais relacionada a serviços e bens essenciais, e menos a bens que dependem de financiamento por parte do consumidor, como móveis, eletroeletrônicos e eletrodomésticos.

Para piorar, em janeiro, o escândalo contábil da Americanas (<https://www1.folha.uol.com.br/folha-topicos/lojas-americanas/>) causou um tsunami sobre os varejistas: os bancos restringiram o crédito às empresas (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/02/estamos-olhando-com-lupa-o-balanco-das-empresas-diz-presidente-do-santander-brasil.shtml>) temendo calotes. Uma vez que o varejo no Brasil é dependente do crédito para oferecer o "parcelado sem juros", as operações desandaram.



Fritadeira elétrica em promoção em loja da Casas Bahia, em São Paulo, durante a Black Friday do ano passado. - Rivaldo Gomes/Folhapress



Todo esse movimento ocorre em meio à tão sonhada "volta ao normal": no início de maio, a OMS (Organização Mundial da Saúde) declarou o fim da emergência sanitária da Covid-19 (<https://www1.folha.uol.com.br/equilibriosaude/2023/05/oms-declara-o-fim-da-emergencia-de-saude-da-pandemia-de-covid-a-mais-devastadora-deste-seculo.shtml>). A doença continua existindo, mas já não em uma escala devastadora, que só no Brasil deixou mais de 700 mil mortos. O uso de máscaras de proteção já foi flexibilizado pela Anvisa (<https://www1.folha.uol.com.br/equilibriosaude/2023/04/anvisa-flexibiliza-uso-de-mascara-em-servicos-de-saude.shtml>) (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) até mesmo em hospitais.

ADVERTISING



**JEEP RENEGADE**

COM O MOTOR  
MAIS POTENTE  
DA CATEGORIA EM  
TODAS AS VERSÕES.

**Jeep**

**Conheça todos os diferenciais do Jeep Renegade.**

Saiba mais

Jeep - Sponsored

Quase tão difícil quanto ver máscaras nas ruas é encontrar dinheiro guardado pelas famílias: para completar o orçamento, o brasileiro vem retirando cada vez mais recursos da poupança. Segundo o Banco Central, os saques superaram os depósitos em R\$ 6,252 bilhões em abril, um movimento já observado nos dois anos anteriores (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/01/poupanca-fecha-2022-com-saque-liquido-recorde-de-r-103-bi.shtml>). Em meio à Covid-19, o consumidor liquidou a sua poupança.

Hoje a percepção do consumidor é de que "tudo está caro" e isso gera efeito imediato sobre as compras. "A venda offline [lojas físicas] cresceu só 2% nas categorias em que

trabalhamos [eletroeletrônicos e eletrodomésticos], segundo a GfK", disse Fred Trajano, CEO do Magazine Luiza, durante apresentação dos resultados para investidores no último dia 16. Na ocasião, Trajano informou ainda que as vendas online do varejo em geral caíram 14% no período, segundo a consultoria Neotrust, o que surpreendeu o empresário.

"A crise pós-Dilma (<https://www1.folha.uol.com.br/folha-topicos/dilma-rousseff/>) [2016 e 2017] foi a pior da história do país. Um período muito difícil, mas as empresas vinham de anos de bonança e conseguiram aguentar relativamente bem", afirma André Pimentel, sócio da consultoria Performa Partners.

"Agora, chegamos ao mesmo cenário, mas de uma maneira diferente. As empresas não tiveram tempo de se recompor da crise, estão arrastando uma situação de dificuldade há muito tempo", afirma. "Esgotaram todo o fôlego e a gordura que tinham para queimar. Agora é a hora da sobrevivência e de tomar decisões duras."

Marisa anunciou o fechamento de 91 lojas este ano, Renner já fechou 20 lojas do grupo (incluindo 13 da Camicado), Tok&Stok encerrou seis pontos de venda, Magalu reduziu em 13% o número de lojas nos últimos 12 meses encerrados em março, para 1.302, enquanto a Via (dona de Casas Bahia e Ponto) abriu apenas sete pontos de venda no primeiro trimestre, contra 80 no mesmo intervalo de 2022. Na tentativa de guinada nos resultados, Via, Marisa e Riachuelo trocaram recentemente de comando.

Até o atacarejo, segmento que nos últimos anos liderou as vendas do varejo alimentar, sentiu o baque: o lucro do Assaí (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/05/assai-adota-postura-cautelosa-em-novas-aberturas-de-lojas.shtml>) foi reduzido em dois terços no primeiro trimestre.

"O momento é complexo e vários fatores jogam contra o varejo: juro elevado, patamar de preços mais elevado por conta da inflação, falta de perspectivas de empregabilidade (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/03/desemprego-fica-em-84-e-atinge-9-milhoes-em-janeiro.shtml>). O consumidor vê muitos riscos em assumir compromissos financeiros, porque já está difícil pagar o que deve", diz Eugênio Foganholo, sócio da Mixxer Desenvolvimento Empresarial.

Além disso, o comportamento do consumidor mudou muito após a pandemia, afirma. "Ele está fazendo escolhas por marcas mais baratas e vem frequentando menos as lojas, o que gera situações atípicas: quase não existe mais sazonalidade no varejo. Esse

negócio de vender bem em determinadas datas e menos em outras está deixando de existir. Março, em geral, foi bom, mas abril foi uma tragédia. Não tem como explicar estes movimentos", diz.

Esse cenário leva os varejistas a cortarem custos em todas as frentes e tirar o pé do acelerador quando o assunto é expansão. "É o momento de o varejo virar uma ostra: se recolher e defender o que conquistou até hoje", afirma Foganholo.

Na opinião de Alberto Serrentino, sócio da consultoria Varese Retail, a expectativa de 2023 como um ano bom para vendas está se deteriorando rapidamente. "O principal ofensor do varejo hoje não é a poupança, são os juros, que estão fazendo um estrago na economia brasileira como um todo", afirma.

Os juros altos têm um efeito perverso triplo, diz Serrentino. "Agridem o balanço das empresas, porque a despesa financeira corrói o resultado operacional e sufoca a capacidade de investimento; oneram o crédito para o cliente e limitam a demanda; com isso, desestimulam o consumo e criam um efeito duro para a população endividada."

Para o consultor, há um resquício de inflação que precisa ser combatido. "Mas a dose está muito forte, o tempo está muito longo, a calibragem está desproporcional e isso faz com que as empresas como um todo sejam muito afetadas e adotem agendas enérgicas de austeridade, que significa racionalização de despesas, cortes de pessoal e contingenciamento de investimentos. O varejo não está executando os orçamentos que desenhou no final do ano passado. Isso afeta a economia, porque gera um repique no desemprego", diz.

O impacto não é homogêneo entre os segmentos do varejo, diz Serrentino. "O mercado de farmácias está conseguindo se manter melhor que os outros segmentos. O varejo alimentar, que normalmente é resiliente, vive um momento mais difícil do que previa, com o crescimento mesmas lojas inferior à inflação", diz.

Já o setor de bens duráveis (móveis, eletrônicos e eletrodomésticos) vive o pior momento. "Já foi muito mal no ano passado e continua ruim, tudo o que depende de crédito sofre muito, assim como o segmento de materiais de construção", afirma. "Os semiduráveis, como moda, cosméticos e beleza, que começaram o ano bem, já sentiram uma desaceleração forte, não estão mais otimistas."

Para Ricardo Pastore, coordenador do núcleo de varejo da ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), é um momento de ajuste no pós-pandemia. "O mundo não vai voltar ao mesmo 'normal', o comportamento do consumidor mudou. Ao mesmo tempo, a divisão de classes de acirrou (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/05/a-nova-cara-da-pobreza-brasileira.shtml>): os ricos ficaram mais ricos, os pobres mais pobres e a classe média perdeu parte do seu poder de compra", afirma.

Nessa mudança de realidade, o atacarejo, por exemplo, procurou atender a classe média, mas viu que isso embute custos fixos maiores, uma vez que a velocidade de reposição é maior, aumenta o custo de mão de obra. "O varejo sempre buscou produtividade, que significa vender mais e gastar menos. Mas é o momento de entender melhor as demandas da classe média, super-endividada, e repensar a estrutura do negócio."

André Pimentel, da Performa Partners, diz que a pandemia tem sido desculpa para tudo. "É claro que a Covid-19 mexeu muito com as empresas. Mas existem redes que há muito tempo já deveriam ter questionado o próprio modelo de negócios e organizado a casa", afirma.

Segundo ele, o mercado está vendo uma série de reestruturações operacionais, que desencadeiam demissões. "Enquanto a situação econômica está mais ou menos, você consegue manter certa ineficiência. Mas agora, não dá mais", diz. "As maiores redes sempre quiseram marcar presença em todos os grandes shoppings, por exemplo. Mas isso já não se sustenta em termos de consumo."

Danniela Eiger, chefe de análises de varejo na XP, reforça que a maioria dos resultados do trimestre foi fraco para o setor. "Teve o efeito do carnaval, que não foi comemorado no ano passado; o clima desfavorável, com o alongamento do calor; além da pressão por conta do alto endividamento", diz.

O cenário não muda neste segundo trimestre. "Esperamos uma dinâmica negativa para todos os segmentos do varejo, não há retomada do consumo", afirma Danniela. "Se o ciclo do corte de juros começar no segundo semestre, vamos ter uma dinâmica melhor tanto de demanda, quanto de alavancagem [empréstimos para financiar expansão]."

Colaborou Leonardo Vieceli, do Rio

## sua assinatura pode valer ainda mais

Você já conhece as vantagens de ser assinante da Folha? Além de ter acesso a reportagens e colunas, você conta com newsletters exclusivas (conheça aqui (<https://login.folha.com.br/newsletter>)). Também pode baixar nosso aplicativo gratuito na Apple Store ([https://apps.apple.com/br/app/folha-de-s-paulo/id943058711?utm\\_source=materia&utm\\_medium=textofinal&utm\\_campaign=appletextocurto](https://apps.apple.com/br/app/folha-de-s-paulo/id943058711?utm_source=materia&utm_medium=textofinal&utm_campaign=appletextocurto)) ou na Google Play ([https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.folha.app&hl=pt\\_BR&utm\\_source=materia&utm\\_medium=textofinal&utm\\_campaign=androidtextocurto](https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.folha.app&hl=pt_BR&utm_source=materia&utm_medium=textofinal&utm_campaign=androidtextocurto)) para receber alertas das principais notícias do dia. A sua assinatura nos ajuda a fazer um jornalismo independente e de qualidade. Obrigado!

### ENDEREÇO DA PÁGINA

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/06/grandes-redes-de-varejo-esperam-ano-duro-com-fim-da-poupanca-da-covid.shtml>

## newsletter folhamercado

De 2ª a 6ª pela manhã, receba o boletim gratuito com notícias e análises de economia

## Recomendadas para você

(<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/05/governo-lula-quer-mudar-regras-para-concursos-publicos.shtml>)

### Governo Lula quer mudar regras para concursos públicos

(<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/05/governo-lula-quer-mudar-regras-para-concursos-publicos.shtml>)

(<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2023/05/destrui-minha-vida-entao-e-elas-por-elas-diz-pm-que-matou-colegas-no-interior-de-sp.shtml>)

### 'Destruí minha vida, então são elas por elas', diz PM que matou colegas em SP

(<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2023/05/destrui-minha-vida-entao-e-elas-por-elas-diz-pm-que-matou-colegas-no-interior-de-sp.shtml>)

(<https://estudio.folha.uol.com.br/unico/2023/05/o-que-a-identidade-digital-pode-resolver-na-sua-vida.shtml>)

## ESTÚDIO FOLHA

### O que a identidade digital pode resolver na sua vida?

(<https://estudio.folha.uol.com.br/unico/2023/05/o-que-a-identidade-digital-pode-resolver-na-sua-vida.shtml>)

(<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/06/lula-reage-a-vinda-de-taylor-swift-ao-brasil-com-tuite-profetico-de-2018.shtml>)

## FOLHA DE S.PAULO

### Lula reage à vinda de Taylor Swift ao Brasil com tuíte 'profético' postado em 2018

(<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/06/lula-reage-a-vinda-de-taylor-swift-ao-brasil-com-tuite-profetico-de-2018.shtml>)

(<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/06/suposto-namorado-de-gugu-expoe-mensagens-intimas-e-afirma-ter-video-erotico.shtml>)

## FOLHA DE S.PAULO

### Suposto namorado de Gugu expõe mensagens íntimas e afirma ter vídeo erótico

(<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/06/suposto-namorado-de-gugu-expoe-mensagens-intimas-e-afirma-ter-video-erotico.shtml>)