# MAIS JUROS, MENOS CONSUMO: COMO AGIR EM 2025?

COMÉRCIO VAREJISTA
Conselho FecomercioSP
FECOMERCIOSP

UM breve olhar para os meses recentes nos indica que 2025 será um ano mais instável e desafiador para os empresários do Comércio. O ano passado registrou resultados relativamente bons, estimulados pela expansão do emprego e da renda, com o Produto Interno Bruto (PIB) crescendo mais de 3% e a taxa de desemprego caindo para 6,2%.

Dizemos "relativamente" porque, embora o varejo tenha registrado um avanço médio acumulado de cerca de 5%, nem sempre esse índice traduz a realidade de todos os seus segmentos e regiões, ou em crescimento dos próprios resultados líquidos das empresas. Neste último caso, sabemos que faturar mais não significa, integralmente, na mesma proporção. Grande parte desse crescimento geral da economia foi impulsionado pelo aumento dos gastos do governo, o que elevou o déficit público e pressionou a inflação, fechando o ano próximo a 5% — e é aí que mora o problema.

O ano que começa tem projeções mais modestas que o anterior, apontando para um crescimento aproximado de 2%. Além disso, a atividade econômica pode perder força no segundo semestre, trazendo mais incertezas e indicando um ambiente menos favorável para os negócios. A necessidade (sem grandes chances de ser cumprida) de controle fiscal do governo e a pressão inflacionária devem manter os juros em elevação, o que encarecerá ainda mais o crédito para empresários e consumidores.

Se pudéssemos enumerar, diríamos que o varejo tem dois principais desafios. O primeiro está no seu custo operacional: a inflação elevada afeta a negociação com fornecedores e dificulta a precificação de produtos, enquanto juros altos encarecem as principais linhas de crédito tradicionais, como as de capital de giro e de antecipação de vendas. Empresas que venham a depender de financiamento para adquirir estoques, cobrir lacunas de fluxo de caixa ou expandir operações precisarão ser mais criteriosas na gestão financeira. É vital, inclusive, rever possíveis planos de expansão em nome de uma operação que já é mais custosa.

> Cenário de incertezas requer otimização de estoques, renegociação de contratos e controle de fluxo de caixa

O segundo impacto vem das dificuldades no orçamento das famílias, já afetadas pela inflação, pelos juros mais altos e pelo alto grau de comprometimento com dívidas. Os setores que dependem de crédito, como os de bens duráveis e de consumo adiável, tendem a sentir mais fortemente a redução desse ritmo de demanda do público.

Frente a essa realidade, os empresários precisam fortalecer a gestão e buscar mais eficiência operacional. Será importante otimizar estoques, renegociar contratos (preços e prazos) com fornecedores e manter um rígido controle de fluxo de caixa, garantindo ao menos alguma disponibilidade de capital de giro. Garantir o bom atendimento e investir na fidelização dos clientes e em ações promocionais bem planejadas serão fundamentais para o aumento da competitividade. A digitalização continua sendo um fator estratégico. A integração entre os varejos físico e digital deve ser posta em prática, ampliando os pontos de contato com os consumidores.

A mensagem é uma só: este ano exigirá um plano financeiro ainda mais rigoroso e projetos comerciais atentos. As empresas que conseguirem se adaptar a esse ambiente mais hostil, equilibrando custos, mantendo liquidez e investindo em inovação, terão mais chances de atravessar os impasses aqui citados.

**FABIO PINA E JAIME VASCONCELLOS,**
ASSESSORES DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO _ FECOMERCIO-SP

FECOMERCIOSP

**PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO**

**PRESIDENTE**
Abram Szajman

**PRESIDENTE EM EXERCÍCIO**
Ivo Dall'Acqua Júnior

**SUPERINTENDENTE**
Antonio Carlos Borges

**WWW.FECOMERCIO.COM.BR**

**PRODUÇÃO** tutu **FEVEREIRO** 2025