

Em 2018, crescimento permanecerá liderado pelo consumo, diz FGV

A FGV Projetos apresentou à ABVTEX os resultados do estudo desenvolvido a pedido da entidade

As principais redes de varejo de moda do País associadas à [ABVTEX \(Associação Brasileira do Varejo Têxtil\)](#) já notam a melhora no ânimo dos consumidores. “O cenário é mais favorável, a partir do momento em que há maior disponibilidade de crédito; a inflação abaixo do esperado, com aumento no poder de compra do consumidor; e a leve redução do desemprego. Esses fatores somados ajudam a elevar a intenção de compra”, aponta Edmundo Lima, diretor executivo da ABVTEX.

Estas percepções estão em linha com os dados apresentados por Robson Gonçalves, coordenador de projetos da [FGV Projetos](#) (unidade de assessoria técnica e pesquisa aplicada da Fundação Getúlio Vargas) à ABVTEX, que observou: “O processo de recuperação da economia brasileira já está sendo sentido. O crescimento do PIB estava previsto há um ano, mas houve alteração em sua composição. Entre os setores demandantes acreditava-se que estariam o setor da infraestrutura, comércio exterior e consumo, nesta ordem. À medida que 2017 foi passando, o setor de consumo liderou e foi o grande elemento que puxou a atividade econômica naquele ano”, explica Gonçalves.

Segundo ele, acreditou-se que o impulso do consumo era algo muito pontual, por conta da liberação dos valores das contas inativas do FGTS, entre outros. “Se fosse verdade, estaríamos agora sentindo o arrefecimento e não a sustentação de processo de recuperação.”

O economista afirma que a baixa na taxa de juros causou este efeito. “A inflação surpreendeu positivamente, ao longo do ano, abrindo espaço para uma queda mais rigorosa da taxa de juros e o crédito começou a mover a economia, principalmente o consumo.”

A FGV estima que, em 2018, o PIB cresça 2,5%. Este crescimento deve permanecer liderado pelo consumo, que deve ser ainda maior, em torno de 3%. “Neste ano, o varejo têxtil deve entrar em recuperação, mesmo sendo um ano eleitoral e de Copa do Mundo. Haverá uma descompressão, mas os varejistas precisam adaptar-se a uma nova escala de operação, primando pela eficiência, estratégia, logística e *branding*”, avisa Gonçalves.

Edmundo Lima explica: “As empresas de varejo de vestuário associadas à ABVTEX sempre se empenham em adotar as melhores práticas e estratégias diferenciadas, como investir na qualidade de produtos, matérias-primas, cartela de cores, estampas e modelagens, em busca de ofertar produtos que atraiam o consumidor brasileiro e com *looks* cada vez mais completos e que possam ser usados em mais ocasiões. Nem tão básico e nem tão exótico”.

Outros diferenciais apontados pela ABVTEX são: clareza aos consumidores sobre o propósito das lojas e seus atributos de sustentabilidade; bem como a promoção da melhor experiência no ponto de venda, com melhoria no serviço de atendimento e disponibilidade de produto”.

Informações à imprensa: ADS Comunicação Corporativa

Vera Santiago – veras@adsbrasil.com.br – (11) 5090-3016

Jacqueline Miranda – jacquelinem@adsbrasil.com.br (11) 5090-3017