



Edição Fevereiro 2024

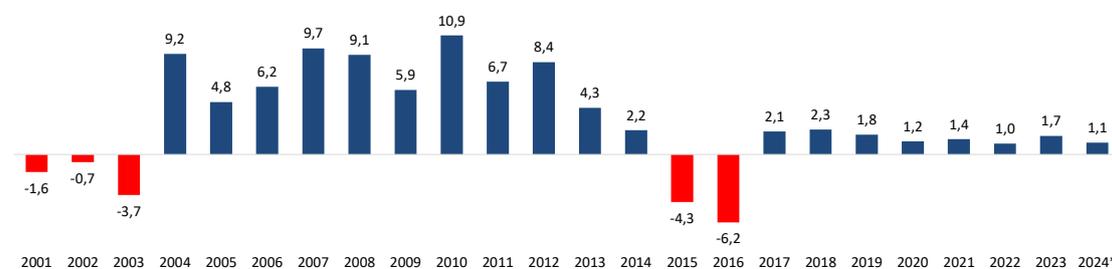
### VENDAS DO VAREJO CRESCERAM 1,7% NO ANO PASSADO

*Apesar de não registrar quedas anuais desde 2016, o aumento das vendas do varejo em 2023 ficou abaixo de 2% pelo quinto ano seguido. Aperto monetário e endividamento levaram segmentos dependentes das condições de crédito a retrações no volume de vendas, no ano passado.*

No ano passado, o volume de vendas do comércio varejista brasileiro cresceu 1,7% na comparação com 2022, de acordo com a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), divulgada hoje (07/02) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Desde 2018 (+2,3%), o volume de vendas do setor não conseguiu crescer acima de 2%.

#### QUADRO I

##### VOLUME ANUAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA (Variações % em relação ao ano anterior)



\*Projeção

Fontes: IBGE e CNC

Na comparação com o mês anterior, houve queda de 1,3% e, em relação a dezembro de 2022, a variação positiva (+1,5%) não revelou indícios de aceleração do consumo de bens no fim do ano passado. Vinte e uma das vinte e sete unidades da Federação registraram aumento real das vendas no ano passado (em 2022, haviam sido vinte). Destacaram-se positivamente os Estados do Tocantins (+11,6%), Maranhão (+1,0%) e Ceará (+8,3%). Por outro lado, as vendas na Paraíba encolheram (-9,3%). São Paulo, unidade da Federação que responde por quase 30% do volume de vendas anuais no Brasil, acusou queda de 0,3% no ano passado.

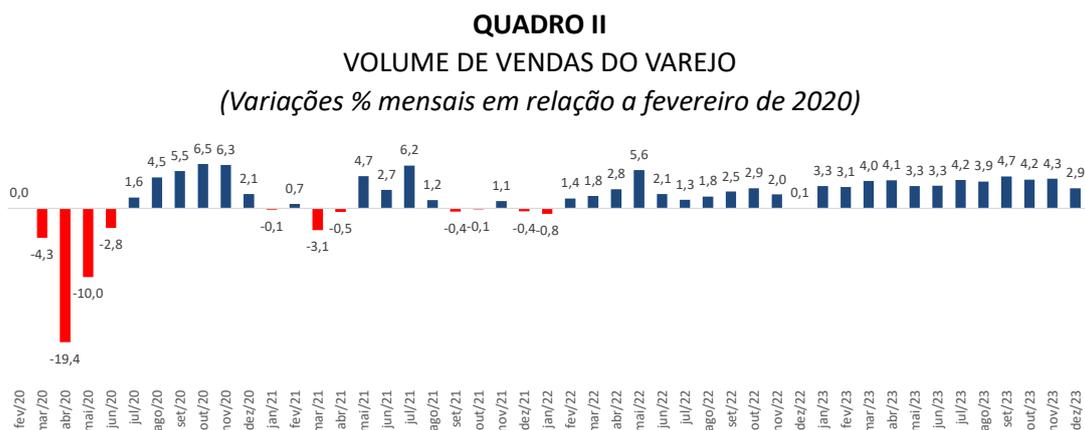
Segmentos mais dependentes das condições de crédito como artigos de uso pessoal e doméstico (-10,9%), os ramos de vestuário (-4,6%) e materiais de construção (-1,9%) não resistiram ao crédito mais caro ao longo de 2023. Embora a flexibilização da política monetária a partir de agosto do ano passado já tenha se feito sentir ao final do ano, na média, a taxa de juros das

operações de crédito com recursos livres foi mais alta em 2023 (57,6% ao ano) do que em 2022 (52,2% ao ano), segundo dados do Banco Central (BC).

De forma complementar, o endividamento dos brasileiros se manteve significativamente elevado no ano passado. Ainda segundo o BC, 30,2% da renda média estava comprometida com dívidas, mesmo desconsiderando-se as obrigações com financiamentos habitacionais. Desde setembro de 2021, o orçamento médio familiar perde pelo menos 30% do seu poder de consumo para dívidas contraídas ao longo dos últimos anos.

Por outro lado, a desaceleração da inflação permitiu que setores mais ligados ao consumo autônomo reagissem em 2023. Foram os casos dos ramos de hiper e supermercados (+3,7% ante 2022), combustíveis e lubrificantes (+3,9%) e artigos farmacêuticos (+4,7).

Mesmo diante do frustrante resultado de dezembro, o volume de vendas do setor vem conseguindo se manter acima do nível verificado imediatamente anterior ao início da pandemia de covid-19, encerrando 2023 com as vendas 2,9% acima do volume de vendas de fevereiro de 2020.



Fonte: IBGE

Passados quase quatro anos do início da crise sanitária, metade dos dez segmentos avaliados pelo Instituto ainda apresenta perdas em relação a fevereiro de 2020, sendo as mais significativas aquelas observadas nos ramos de livrarias e papelarias (-43,5%) e de vestuário, calçados e acessórios (-26,0%).

O crescimento ainda que modesto das vendas levou a um avanço no número de pontos de venda ativos no varejo brasileiro. Em 2023, havia 2,520 milhões de estabelecimentos varejistas ativos (desconsiderando-se os MEIs) no País, 8,2% a mais que em 2022. Mais uma vez, puxaram a reabertura líquida de lojas os segmentos de hiper e supermercados (+9,0%) e farmácias (+9,3%), segundo dados da REDESIM, vinculada ao Ministério da Fazenda.

Portanto, as performances anuais do varejo em 2020 (+1,2%), 2021 (+1,4%) e 2022 (+1,0%), embora semelhantes à de 2023, devem ser explicadas por razões distintas. Se em 2020 e 2021 a crise sanitária ditou predominantemente o ritmo das vendas, a partir de 2022, foi a precariedade das condições de consumo que justificaram o seu fraco desempenho desde então.

Como a economia brasileira e o consumo (seu principal componente pela ótica das despesas) tendem a crescer menos em 2024, mesmo diante das expectativas quanto à desaceleração da inflação ao longo do corrente ano, e a perspectiva é que a taxa básica de juros siga acusando tendência de declínio ao longo de 2024, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) projeta avanço modesto das vendas, neste ano (avanço de 1,1% ante 2023).