

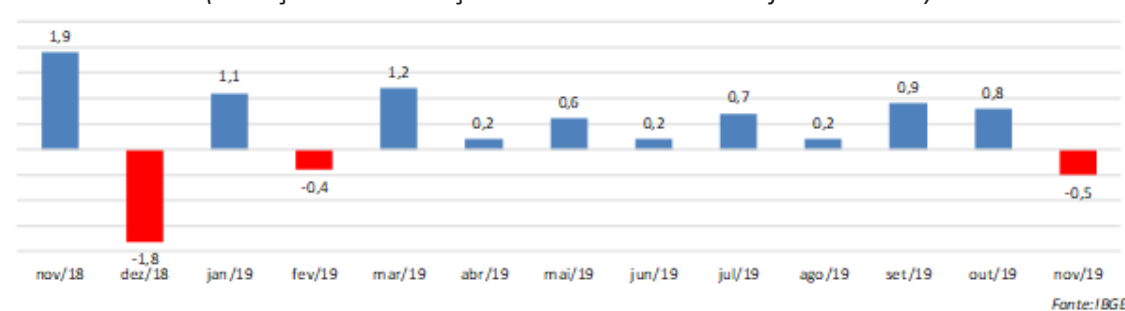
VENDAS DO VAREJO PERDERAM RITMO NO FINAL DO ANO

Volume de vendas no varejo ampliado cai pela 1ª vez em nove meses e sugere desempenho econômico abaixo do esperado ano final de 2019. CNC reduz para 5,4% sua expectativa para o indicador neste ano

De acordo com a Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) divulgada hoje (15/01) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em novembro, o volume de vendas dos dez segmentos que integram o comércio varejista no conceito ampliado encolheu 0,5% em relação ao mês anterior, já descontados os efeitos sazonais. Esse resultado interrompeu uma sequência de oito meses consecutivos de variações positivas nas vendas e foi o pior desempenho para meses de novembro desde 2016, quando o indicador mensal cedeu também 0,5%.

No varejo restrito, que exclui os ramos automotivo e de materiais construção, apesar da sétima alta seguida, o resultado de novembro (+0,6%) também ficou aquém do observado no final de 2018 (+3,1%).

QUADRO I
VOLUME DE VENDAS DO VAREJO AMPLIADO
(Variações % em relação ao mês anterior com ajuste sazonal)

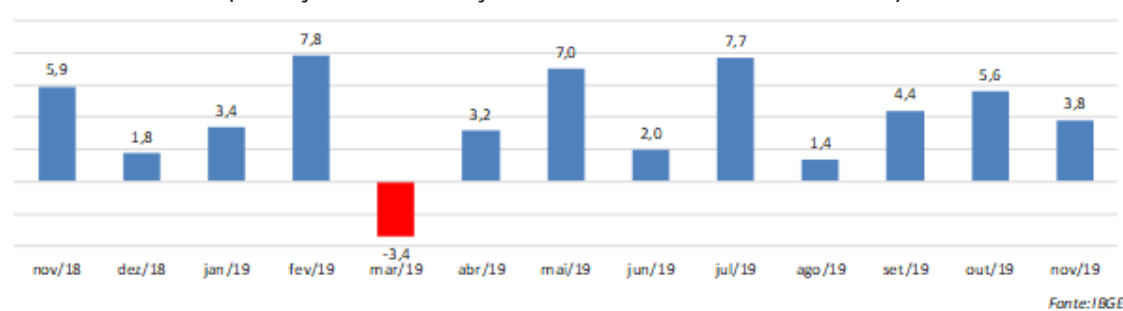


Quatro dos dez segmentos pesquisados revelaram taxas negativas em novembro. Os destaques ficaram por conta dos ramos de livrarias e papelarias (-4,7%), veículos, motos, partes e peças (-1,0%) e combustíveis e lubrificantes (-0,3%).

Por outro lado, sobressaíram as taxas positivas nos segmentos de artigos farmacêuticos e de perfumaria (+4,1%), informática e comunicação (+2,8%) e artigos de uso pessoal e doméstico (+1,0%). Pesou nestes dois últimos casos, o efeito das vendas durante a Black Friday – evento que vem ganhando espaço no varejo brasileiro, nos últimos anos, e que movimentou R\$ 3,7 bilhões.

No comparativo com o mesmo mês do ano anterior, tanto o varejo restrito (+2,9%) quanto o ampliado (+3,8%) apresentaram taxas menores que as da pesquisa de outubro (+4,3% e +5,6%, respectivamente). Nove dos dez segmentos pesquisados revelaram avanços ante o mesmo mês de 2018, destacando-se, mais uma vez, os artigos farmacêuticos e de perfumaria (+9,5%), informática e comunicação (+8,0%).

QUADRO II
VOLUME DE VENDAS DO VAREJO AMPLIADO
(Variações % em relação ao mesmo mês do ano anterior)



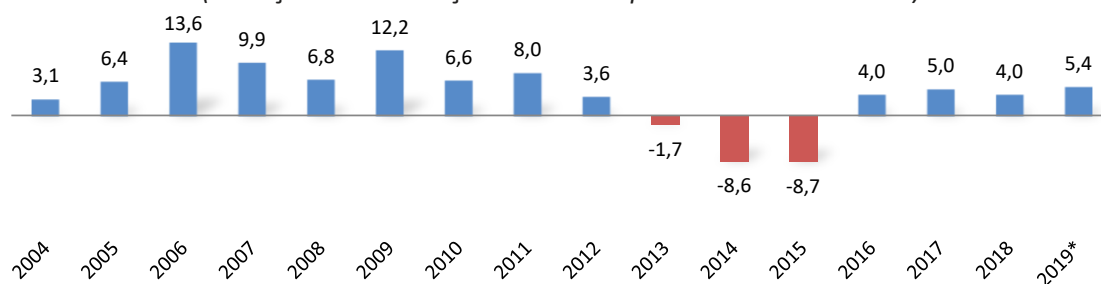
No acumulado do ano de 2019 até novembro, o varejo ampliado acusou alta de 3,8%, destacando-se regionalmente os Estados do Amapá (+19,2%), Santa Catarina (+9,9%) e Tocantins (+6,6%). Apenas quatro unidades da Federação acusaram retrações no volume de vendas nesse período, todos no Nordeste: Piauí (-3,8%), Paraíba (-2,1%), Sergipe (-0,6%) e Maranhão (-0,1%).

Restando apenas a divulgação dos dados relativos a dezembro de 2019, observa-se que no ano passado o comércio varejista seguiu trajetória de recuperação, registrando avanço no volume de vendas pelo terceiro ano consecutivo. Ainda assim, o volume corrente de vendas do varejo se encontra 5,5% abaixo do nível registrado antes da recessão.

O resultado decepcionante das vendas se alinha, portanto, a outros indicadores conjunturais, recentemente divulgados, como os da indústria e dos serviços, evidenciando a fraqueza do nível de atividade em novembro e reforçando a necessidade de estímulos adicionais à economia, ao longo deste ano.

Some-se a isso o impacto negativo que a inflação no mês de dezembro (+1,15%) – maior taxa para meses de dezembro desde 2002 – provocou sobre o comércio. Diante deste cenário, a Confederação Nacional do Comércio de Bens Serviços e Turismo (CNC) reduziu a expectativa de fechamento das vendas do varejo ampliado em 2019 de +4,3% para +4,0%, bem como reavaliou de +5,5% para +5,4% sua expectativa para o ano de 2020.

QUADRO III
VOLUME DE VENDAS DO VAREJO AMPLIADO
(Variações % em relação ao mesmo período do ano anterior)



Fonte: IBGE