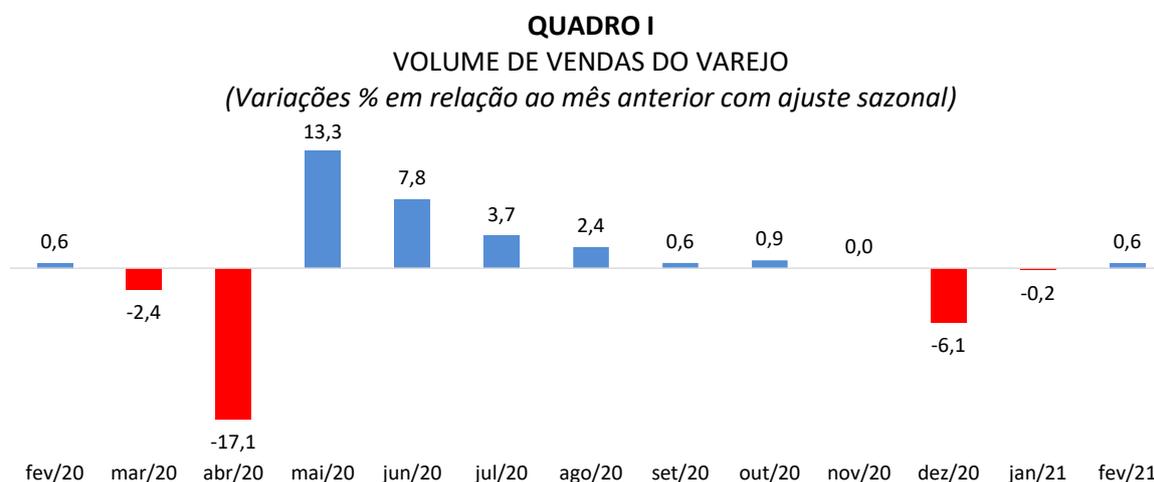


## VAREJO INTERROMPE SEQUÊNCIA DE QUEDAS, MAS AUMENTO DE RESTRIÇÕES AINDA DESAFIA SUSTENTABILIDADE DO CRESCIMENTO DAS VENDAS

*Preços de alimentos desaceleram ao final do primeiro trimestre, mas aumento das restrições a partir de março dificulta a recuperação das vendas no curto prazo. CNC projeta avanço 3,3% nas vendas em 2021.*

O volume de vendas do comércio varejista brasileiro avançou 0,6% no mês de fevereiro, de acordo com a Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada hoje (13/04) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Com este resultado, o setor interrompeu uma sequência de três meses sem registros de avanço nas vendas (0,0% e -6,1% nos dois últimos meses de 2020 e -0,2% em janeiro deste ano).

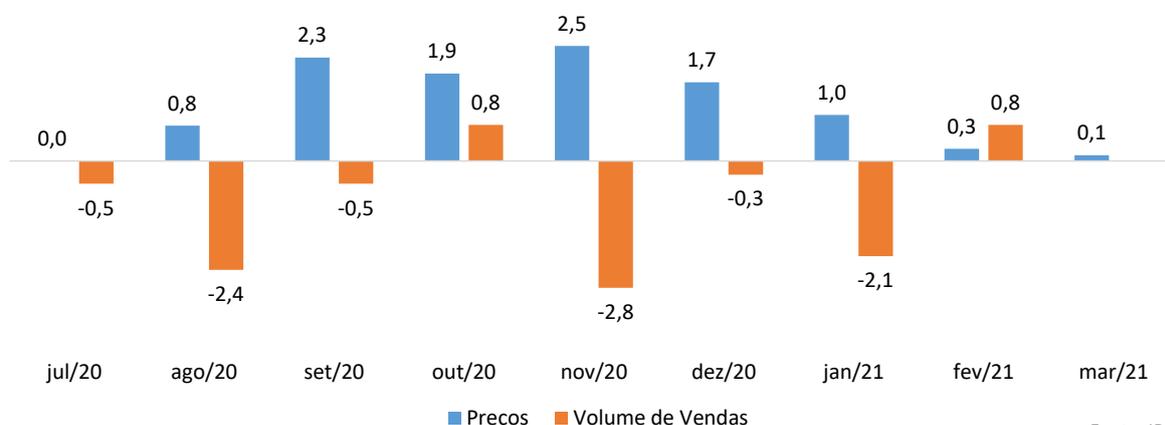


Fonte: IBGE

O avanço mensal do volume de vendas foi puxado por quatro segmentos, a saber: Livros, jornais, revistas e papelaria (+15,4%), Móveis e eletrodomésticos (+9,3%), Tecidos, vestuário e calçados (+7,8%) e Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (+0,8%).

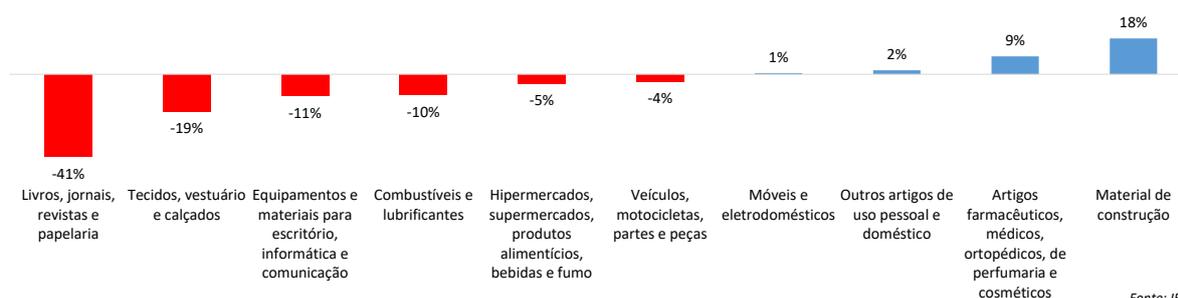
No caso específico de hiper e supermercados, o segmento de maior peso no varejo brasileiro obteve seu melhor desempenho mensal (+0,8% ante janeiro) dos últimos nove meses – um indício de que a desaceleração na inflação dos alimentos começa a produzir resultados favoráveis para este ramo do varejo. No Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), o grupo alimentos e bebidas registrou em fevereiro a menor taxa de variação desde julho do ano passado (variação de 0% em relação a junho de 2020). Sob essa ótica, a tendência é de que, em março, o setor volte a colher resultado positivo em virtude da desaceleração desse grupamento de preços para +0,1% em relação a fevereiro.

**QUADRO II**  
**INFLAÇÃO DE ALIMENTOS E BEBIDAS E VOLUME DE VENDAS EM HIPER E SUPERMERCADOS**  
*(Variações % em relação ao mês anterior)*



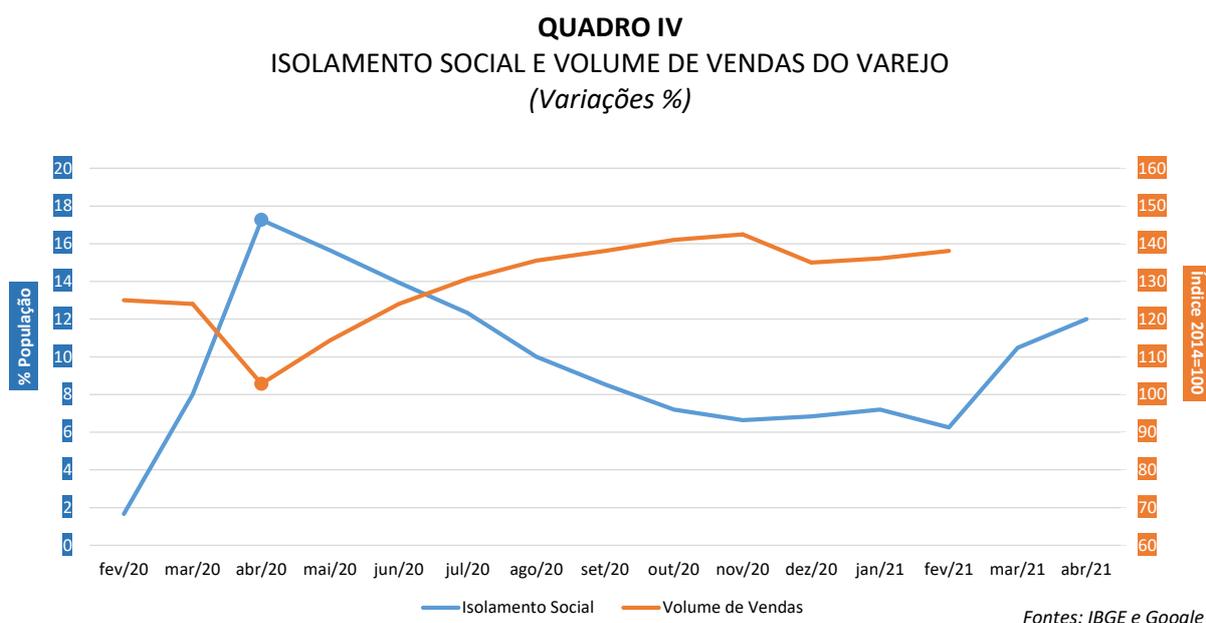
Apesar do resultado positivo no mês, a maioria dos segmentos do varejo brasileiro ainda registra perdas em relação ao período pré-pandemia, destacando-se as taxas negativas nos ramos de livrarias e papelarias (-41%), tecidos, vestuário e calçados (-19%) e equipamentos e materiais de escritório, informática e comunicação (-11%).

**QUADRO III**  
**VOLUME DE VENDAS SEGUNDO SEGMENTOS DO VAREJO EM FEVEREIRO DE 2021**  
*(Variações % em relação a fevereiro de 2020)*



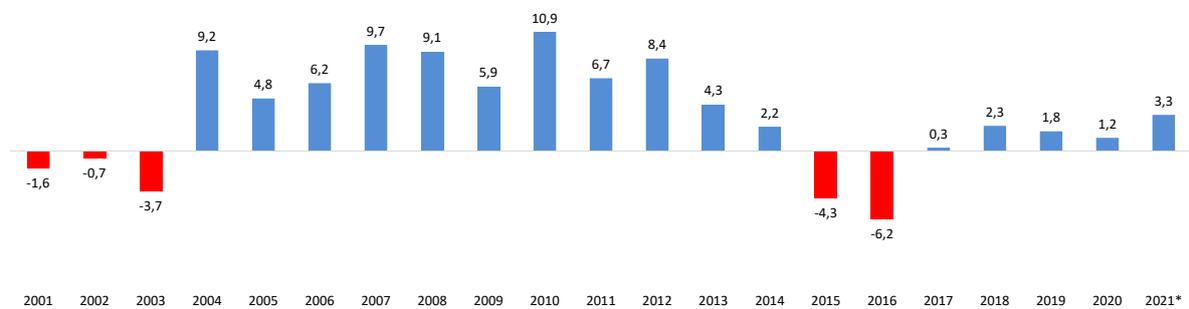
Embora o crescimento das vendas em fevereiro tenha sido modesto, há que se considerar o contexto de agravamento da pandemia de Covid-19 com aumento nas restrições operacionais do setor, impostas por autoridades regionais a partir de março, aumentando, assim, o isolamento social dos consumidores. Segundo acompanhamento do Google Mobility, em fevereiro, a concentração média mensal da população em áreas residenciais ainda se encontrava 6,3% acima do observado no início de 2020 – percentual que avançou para 10,5% em março e 12,0% no início de abril.

Esse padrão de dispersão dos consumidores irá impor, portanto, um desafio à sustentação do nível de atividade do comércio varejista até o fim do primeiro semestre, na medida em que, ao longo da crise sanitária, observou-se clara correlação negativa entre o isolamento social e o desempenho mensal das vendas do varejo como, por exemplo, em abril do ano passado quando no ápice do isolamento social coincidiu com a maior retração mensal do volume de vendas da série histórica da PMC.



Dessa forma, a tendência é de que as vendas só reajam positivamente de forma contínua a partir da segunda metade do ano – período em que se espera um nível de imunização mais significativo da população que o atual e, portanto, menos restrições ao funcionamento dos estabelecimentos comerciais. Neste contexto, a CNC revisou de +3,1% para +3,3% sua previsão para a variação do volume de vendas do comércio varejista em 2021.

**QUADRO V**  
**VOLUME DE VENDAS DO VAREJO**  
*(Variações % em relação ao ano anterior)*



Fontes: IBGE e CNC