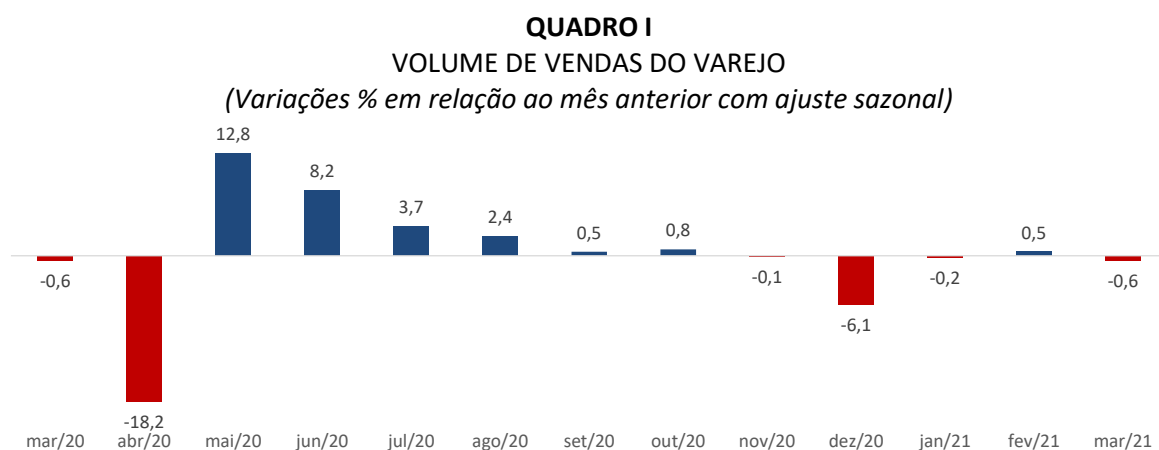


VENDAS DO VAREJO REGISTRAM 3ª QUEDA EM 4 MESES

Mesmo sem auxílio emergencial e com avanço do desemprego, desaceleração dos preços de alimentos possibilitou crescimento das vendas em hiper e supermercados, evitando um estrago ainda maior no volume de vendas do setor no 1º trimestre. CNC mantém previsão de alta de 3,3% nas vendas em 2021.

O volume de vendas do comércio varejista brasileiro apresentou recuo de 0,6% em março, de acordo com a Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada hoje (07/05) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Dessa forma, a série histórica com ajuste sazonal indica que o setor acumula três retrações mensais nos últimos quatro meses, encerrando o primeiro trimestre de 2021 com um recuo de 4,3% em relação ao quarto trimestre do ano passado – pior desempenho trimestral desde o segundo trimestre de 2020, quando as vendas cederam 8,9%.

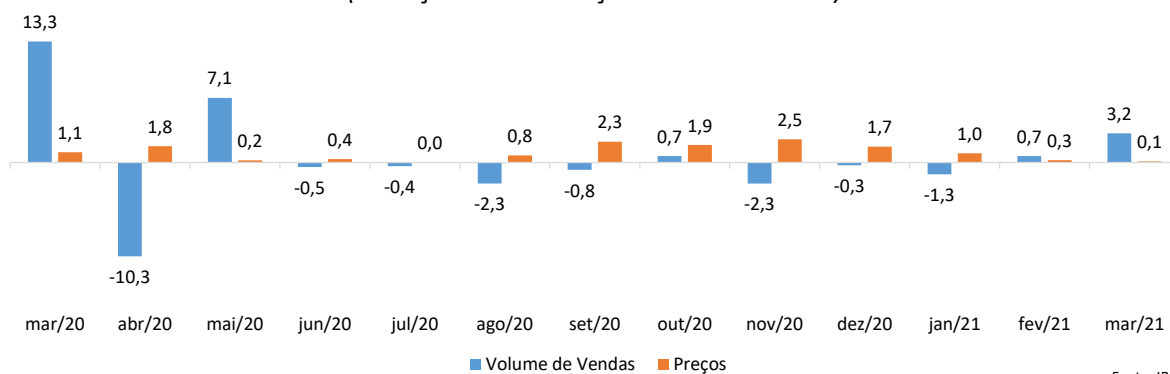


Fonte: IBGE

Como consequência do aumento nas restrições operacionais estabelecidas por diversos decretos regionais, sete dos oito segmentos pesquisados acusaram quedas no mês. Destacaram-se os ramos do chamado “varejo não essencial” como: Tecidos, vestuário e calçados (-41,5%), móveis e eletrodomésticos (-22,0%) e livrarias e papelarias (-9,1%). Nos dois primeiros casos, os piores desempenhos mensais desde abril de 2020.

A exceção ficou por conta de hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (+3,3%), cujas restrições à circulação de consumidores tendem a favorecer. Em março de 2020, no auge das medidas restritivas impostas durante a primeira onda da pandemia, esse segmento computou avanço de 12,5% ante o mês anterior. Além disso, os preços dos produtos típicos desse segmento (alimentos e bebidas) acusaram, em março deste ano (+0,13%), a menor alta mensal média desde julho do ano passado (+0,01%).

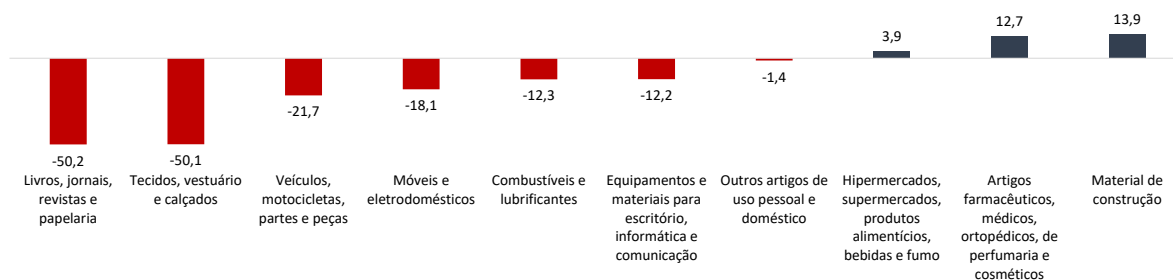
QUADRO II
INFLAÇÃO DE ALIMENTOS E BEBIDAS E VOLUME DE VENDAS EM HIPER E SUPERMERCADOS
(Variações % em relação ao mês anterior)



Fonte: IBGE

Ao final do primeiro trimestre, apenas três segmentos ostentavam nível de faturamento mensal superior àquele observado antes da pandemia: Hiper e supermercados (+3,9%), artigos farmacêuticos (+12,7%) e lojas de material de construção (+1,9%). Sobressaem negativamente neste comparativo as perdas de mais de 50% ainda registradas pelas livrarias e papelarias e lojas de tecidos, vestuário e calçados.

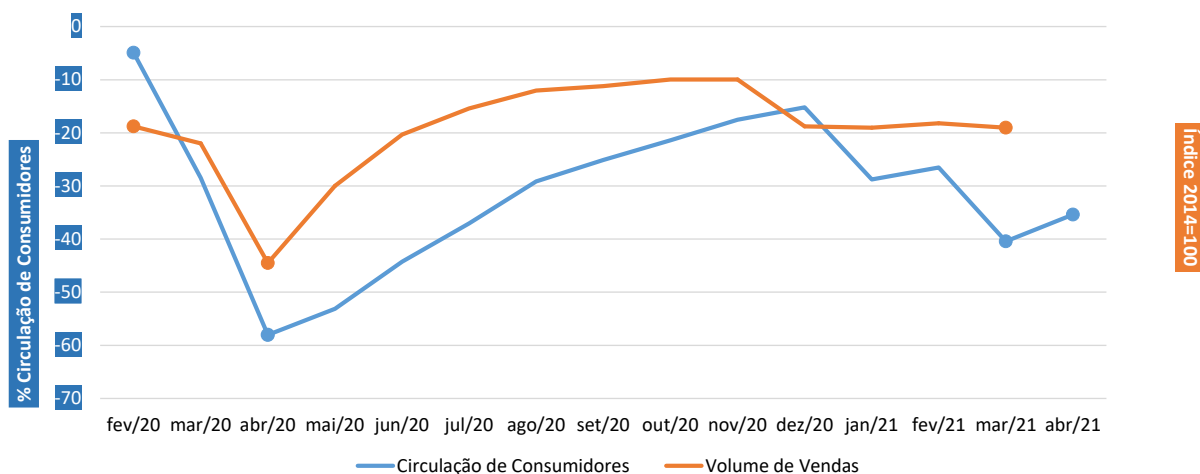
QUADRO III
VOLUME DE VENDAS SEGUNDO SEGMENTOS DO VAREJO EM MARÇO DE 2021
(Variações % em relação a fevereiro de 2020)



Fonte: IBGE

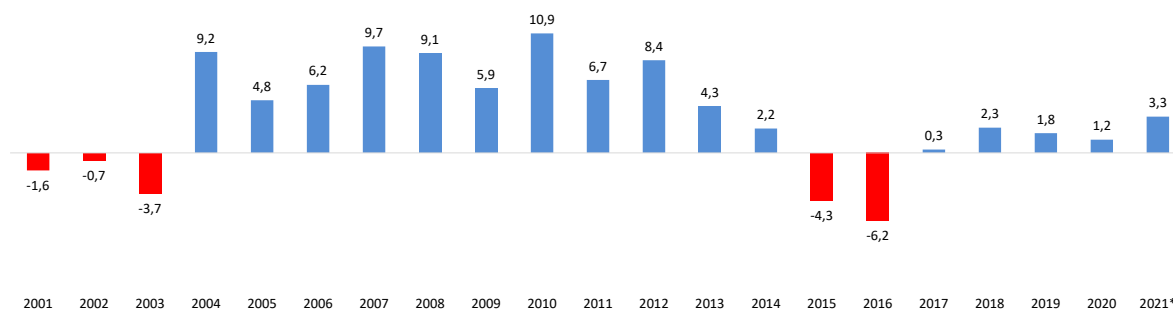
A ausência do auxílio emergencial e a contração do mercado de trabalho ao longo do primeiro trimestre de 2021 impactaram negativamente os resultados das vendas do varejo. Contudo, inegavelmente, as variações negativas na circulação de consumidores ainda ditam o ritmo das vendas. Segundo acompanhamento do Google Mobility, ao fim de março, a circulação de consumidores em áreas comerciais ainda estava 40% abaixo do nível verificado em fevereiro de 2020 – menor nível desde junho do ano passado (-44%). Já em abril, a introdução de medidas de flexibilização aumentou a circulação no comércio para um nível 35% abaixo do nível pré-pandemia.

QUADRO IV
ISOLAMENTO SOCIAL E VOLUME DE VENDAS DO VAREJO
(Variações %)



Portanto, a tendência é que as vendas só reajam de forma mais consistente a partir da segunda metade do ano quando, diante de um grau maior de imunização da população, menos restrições ao funcionamento dos estabelecimentos comerciais tendem a ser impostas. Neste contexto, a CNC manteve em +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