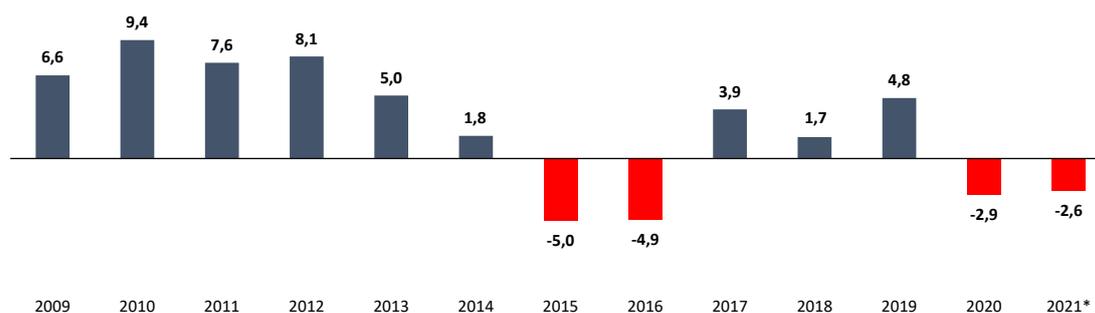


VOLUME DE VENDAS DE NATAL DEVE RECUAR PELO SEGUNDO ANO

Varejo tenta contornar choque de preços no mercado interno com aumento de produtos importados.
CNC revisa expectativa de criação de vagas temporárias de 94,2 mil para 89,4 mil.

Segundo estimativa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o Natal de 2021 deverá movimentar R\$ 57,48 bilhões em vendas. Caso seja confirmada esta projeção, o setor experimentará um avanço de faturamento da ordem de 9,8% ante o mesmo período do ano passado. Porém, descontada a inflação, o volume de vendas deverá sofrer recuo pelo segundo ano consecutivo (-2,6% em relação ao volume de vendas natalinas em 2020). O Natal é a principal data comemorativa do varejo brasileiro, tendo respondido por 22% do total das vendas de dezembro nos últimos dez anos.

QUADRO I
VOLUME DE VENDAS DE NATAL NO VAREJO
(Variações % sobre o mesmo período do ano anterior)



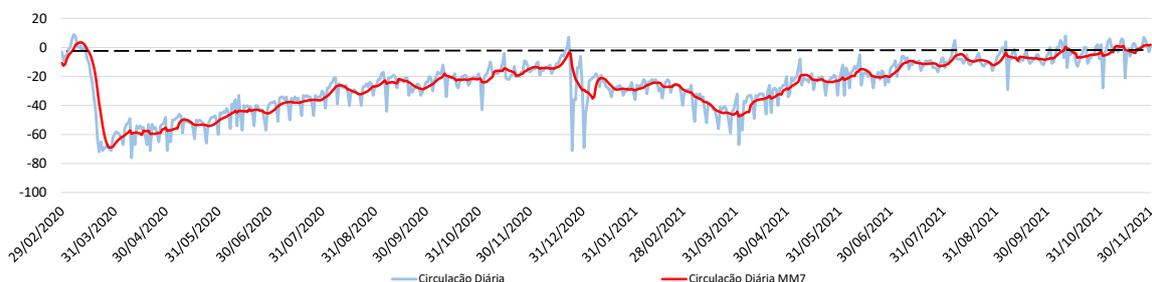
* projeções

Fonte: CNC

Ao contrário do Natal de 2020, quando o varejo estava sujeito a restrições operacionais impostas pela segunda onda da crise sanitária que levaram a quedas na circulação de consumidores, neste ano, o varejo chega às vésperas da sua data comemorativa mais importante constatando a normalização do fluxo de consumidores ao nível pré-pandemia.

Segundo monitoramento realizado pelo Google, ao fim da primeira semana de dezembro, pela primeira vez desde o início da pandemia, o fluxo de consumidores em estabelecimentos comerciais superou a quantidade observada de clientes ao fim de fevereiro de 2020 (+1,9%). No mesmo período do ano passado, o fluxo de consumidores se encontrava 13,4% abaixo do nível pré-pandemia.

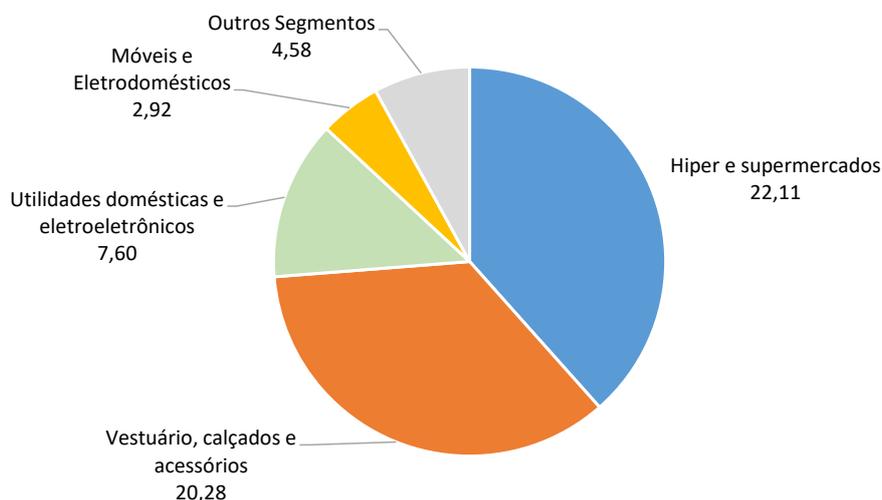
QUADRO II
FLUXO DIÁRIO DE CONSUMIDORES EM ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS
(Variações % em relação a fevereiro de 2020)



Por outro lado, a deterioração das condições de consumo materializada pela inflação elevada, juros em alta e mercado de trabalho em lenta recuperação impedem a construção de um cenário mais otimista para o varejo às vésperas do Natal de 2021.

Neste contexto, o ramo de hiper e supermercados deverá ser o destaque em termos de movimentação financeira no Natal deste ano, respondendo por 38,5% (R\$22,11 bilhões) do volume total, seguido pelos estabelecimentos especializados na comercialização de itens de vestuário, calçados e acessórios (35,3% do total ou R\$ 20,28 bilhões) e pelas lojas especializadas na venda de artigos de usos pessoal e doméstico (13,2% ou R\$ 7,60 bilhões).

QUADRO III
EXPECTATIVA DE FATURAMENTO NO NATAL DE 2021 SEGUNDO RAMOS DO VAREJO
(R\$ Bilhões)

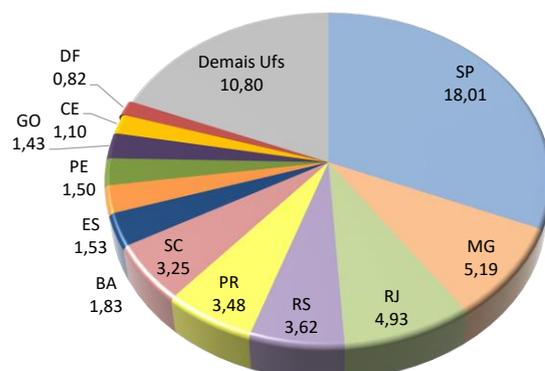


Fonte: CNC

Os destaques dos dois primeiros segmentos se justificam primeiramente pela relevância do varejo de alimentos no âmbito do faturamento anual do varejo brasileiro, sendo, historicamente, o principal responsável pela geração de receitas do comércio varejista e pelo fato de, no caso do ramo de roupas, calçados e acessórios, este ser o ramo mais impactado pela data. Em média, as vendas do varejo crescem 30% na passagem de novembro para dezembro, taxa que ascende a 89% no caso do ramo de vestuário.

Regionalmente, os Estados de São Paulo (R\$ 18,01 bilhões), Minas Gerais (R\$ 5,19 bilhões), Rio de Janeiro (R\$ 4,93 bilhões) e Rio Grande do Sul (R\$ 3,62 bilhões) concentrarão mais da metade (55%) da movimentação financeira prevista.

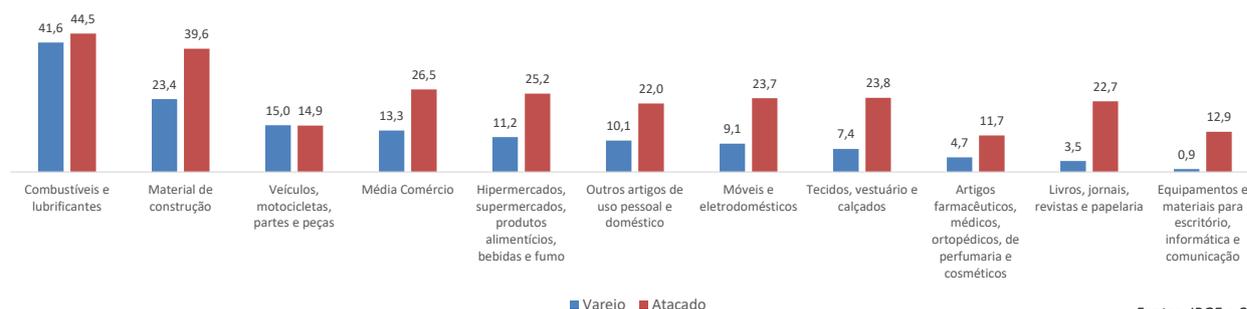
QUADRO IV
EXPECTATIVA DE FATURAMENTO NO NATAL DE 2021 SEGUNDO UNIDADES DA FEDERAÇÃO
(R\$ Bilhões)



Fonte: CNC

O descasamento entre os preços praticados no atacado e no varejo nos últimos meses tem imposto uma realidade desafiadora em praticamente todos os segmentos do setor, em especial no ramo de informática e comunicação, onde o ritmo de reajustes dos preços ao produtor é 14 vezes mais intenso que ao varejista. Seguem-se ainda os descompassos nas remarcações apresentados nos ramos de livrarias e papelarias (6,5 vezes) e de vestuário (3,2 vezes). Na média, o varejo tem repassado ao consumidor metade da alta dos preços no atacado.

QUADRO V
VARIAÇÕES DO ÍNDICE DE PREÇOS AO PRODUTOR E DOS PREÇOS NO VAREJO
(Var.% em 12 meses)



Fontes: IBGE e CNC

A constatação de que os preços no mercado interno vêm sendo reajustados significativamente acima da capacidade de retenção de repasses pelo varejo ao consumidor final nos últimos meses estimulou a importação de produtos tipicamente natalinos no trimestre que antecede a principal data comemorativa do comércio brasileiro.

Segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior, as importações de produtos tipicamente natalinos entre setembro e novembro de 2021 (US\$ 436,1 milhões) cresceu 19% em relação ao

mesmo período de 2020 (US\$ 367,2 milhões), alcançando patamar ligeiramente inferior (-1%) àquele verificado no mesmo período de 2019 (US\$ 439,6 milhões). A taxa média de câmbio entre setembro e novembro de 2021 (R\$ 5,57) foi praticamente idêntica à do mesmo período de 2020 (R\$ 5,58).

QUADRO VI
IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS TÍPICAMENTE NATALINOS ENTRE SETEMBRO E NOVEMBRO
(US\$ milhões)

Tipo de Produto	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2021/2020	2021/2019
												Var%	
Bebidas (vinhos e espumantes)	173.000	181.129	158.204	153.598	165.887	127.042	120.267	130.503	104.425	112.400	115.042	-4%	9%
Brinquedos	105.630	66.224	113.521	123.530	101.596	100.878	122.015	130.576	150.586	155.724	169.162	60%	-7%
Perfumes	33.101	5.093	24.864	24.219	25.819	33.884	18.861	31.710	33.563	31.868	33.858	550%	33%
Oleaginosas (castanhas, nozes, avelãs, amêndoas, etc.)	63.372	52.435	57.377	50.306	56.228	48.887	52.901	66.528	67.414	74.082	60.314	21%	10%
Pescado (bacalhau processado ou congelado)	30.463	25.113	34.671	33.910	33.139	22.653	32.377	30.392	32.987	25.947	26.307	21%	-12%
Frutas típicas	21.370	28.983	37.404	42.491	46.740	29.553	41.889	78.802	89.589	113.462	86.847	-26%	-43%
Vestuário	8.584	7.684	12.649	15.760	15.211	11.246	14.489	18.532	15.665	18.216	17.742	12%	-32%
Carnes processadas	575	557	892	3.636	1.536	759	714	826	1.757	2.579	973	3%	-36%
Total	436.094	367.218	439.581	447.450	446.155	374.903	403.512	487.869	495.984	534.278	510.244	19%	-1%

*Setembro a novembro

Fonte: Secretaria de Comércio Exterior

Mesmo tendo recorrido à importação para amenizar o choque interno entre atacado e varejo, os preços dos produtos tipicamente natalinos apontam tendência de alta. A cesta composta pelos produtos mais consumidos nessa época do ano mostra que os preços medidos através do Índice de Preços ao Consumidor Amplo-15 (IPCA-15) tendem a apresentar avanço médio de 13,8% nos doze meses encerrados em dezembro. No ano passado, puxado pela forte alta dos preços dos alimentos para consumo no domicílio (+18,7%), o reajuste médio da cesta ultrapassou os 15%.

Neste ano, artigos de maquiagem (+16,4%), aparelhos de TV, som e informática (+14,1%) e artigos de cama, mesa e banho (+13,7%) pressionam o preço médio deste conjunto de produtos. Apenas os aparelhos telefônicos (-1,4%) e o bacalhau (-2,6%) estarão mais baratos do que no ano passado.

QUADRO VII

EVOLUÇÕES DO PREÇO MÉDIO DOS PRODUTOS TÍPICAMENTE MAIS DEMANDADOS NO NATAL
(Var. % acumuladas em 12 meses até dezembro medidas pelo IPCA-15)

Itens	2017	2018	2019	2020	2021*
Índice geral	2,9	3,9	3,9	4,2	10,7
Alimentação no domicílio	-5,2	4,4	6,1	18,7	12,0
Bacalhau	-	-	-	7,5	-2,6
Vinho	0,0	0,0	0,0	2,9	5,3
Utensílios e enfeites	0,0	4,7	0,9	4,3	8,4
Artigos de cama, mesa e banho	0,0	4,4	1,1	9,4	13,7
Eletrodomésticos e equipamentos	-2,1	6,0	2,7	3,4	11,4
TV, som e informática	-6,2	-2,2	-4,8	17,4	14,1
Roupa masculina	3,4	0,3	3,0	-1,4	11,2
Roupa feminina	0,9	1,0	-0,3	-4,3	4,2
Roupa infantil	3,3	0,3	2,3	-1,2	3,3
Sapato masculino	3,0	1,3	1,0	-2,7	7,9
Sapato feminino	4,6	-1,3	-0,9	-2,8	11,4
Sapato infantil	3,2	0,4	0,7	-4,5	4,2
Bolsa	2,4	-1,3	-4,2	0,1	5,5
Tênis	2,6	-0,8	1,1	-0,6	8,9
Jóias e bijuterias	2,4	4,5	5,7	13,0	13,0
Acessórios e peças	2,0	2,3	-0,2	3,5	8,1
Produto para pele	-1,4	-9,1	9,6	6,7	10,5
Perfume	0,0	-9,5	15,9	-0,9	7,5
Artigos de maquiagem	8,4	-11,3	6,0	-7,5	16,4
Instrumento musical	-6,0	0,6	0,9	12,5	9,7
Bicicleta	1,0	-1,3	2,0	11,3	12,9
Brinquedo	3,9	-0,2	0,5	-7,7	4,6
Livro	3,4	3,1	6,7	3,2	3,4
Aparelho telefônico	-8,2	-5,9	-2,3	6,3	-1,4
Total Cesta	0,6	5,7	5,5	15,1	13,8

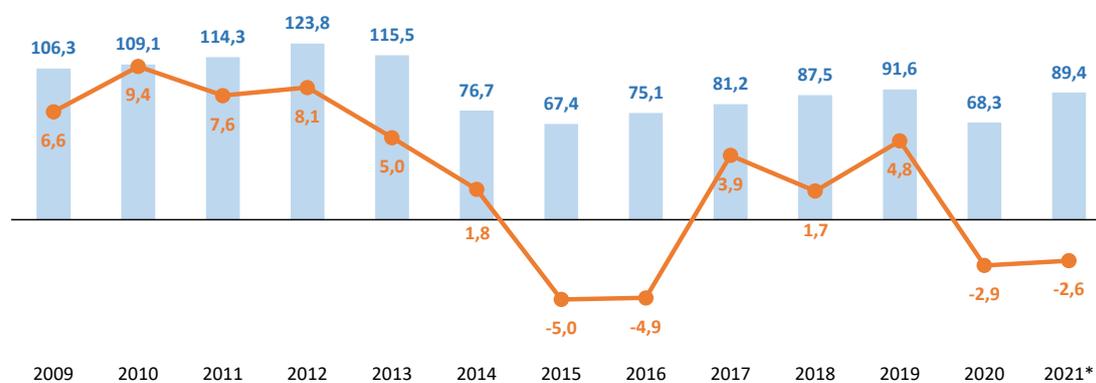
*projeções

Fontes: IBGE e CNC

Do ponto de vista do emprego, a expectativa da CNC é de que sejam criadas 89,4 mil vagas temporárias para o Natal deste ano – contingente 31% maior do que as contratações para o atípico Natal de 2020, porém inferior às 91,6 mil vagas criadas para a data de 2019. Há três meses, a entidade projetava abertura de 94,2 mil postos de trabalho temporário.

QUADRO VIII

VAGAS TEMPORÁRIAS E VOLUME DE VENDAS DO VAREJO PARA O NATAL
(Milhares de postos e var. % sobre o mesmo período do ano anterior)



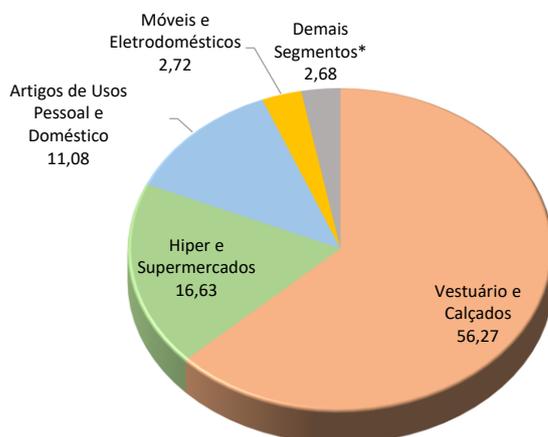
* projeções

— Vagas temporárias (mil) — Volume de vendas (var.%)

Fonte: CNC

A maior oferta de vagas (63% do total ou 56,27 mil) ocorrerá nas lojas de vestuário, calçados e acessórios. Em seguida, tendem a se destacar os segmentos de hiper e supermercados (16,63 ou 19% do total) e lojas de artigos de uso pessoal e doméstico (11,08 mil ou 12% do total). Regionalmente, São Paulo (25,61 mil), Minas Gerais (9,63 mil), Paraná (7,09 mil) e Rio de Janeiro (6,63 mil) oferecerão a maior parte das vagas.

QUADRO IX
DISTRIBUIÇÃO DAS VAGAS TEMPORÁRIAS PARA O NATAL DE 2021 SEGUNDO SEGMENTOS DO VAREJO
(Em milhares)

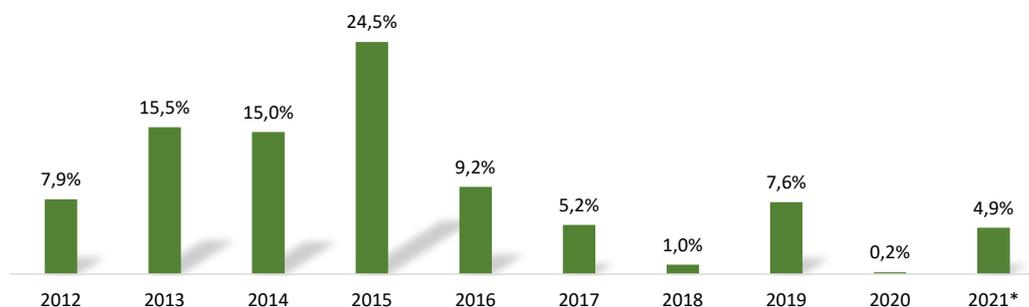


* Informática e comunicação, farmácias e cosméticos, livrarias e papelarias e combustíveis e lubrificantes

Fonte: CNC

A incerteza quanto à sustentabilidade do volume de vendas do varejo no início de 2022 deverá dificultar a efetivação dos trabalhadores contratados temporariamente neste fim de ano. A previsão inicial da CNC que apontava para uma taxa de absorção de trabalhadores contratados de aproximadamente 12,2%, foi revisada para 4,9%, em virtude do aumento da incerteza decorrente da deterioração das condições de consumo e seus impactos sobre o nível de atividade do varejo no início de 2022.

QUADRO X
TAXA DE EFETIVAÇÃO DAS VAGAS TEMPORÁRIAS PARA O NATAL
(Participação % sobre o total contratado)



*previsão

Fonte: CNC