

## VAREJO REGISTRA MENOR AVANÇO EM SEIS ANOS

*Desacelerações do nível geral de preços e do desemprego são neutralizadas pela deterioração das condições de crédito, e varejo avança 1,0% em 2022 – menor taxa desde 2016. CNC projeta alta de 0,6% em 2023.*

No ano passado, o volume de vendas do comércio varejista brasileiro cresceu 1,0%, na comparação com 2021, de acordo com a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), divulgada hoje (09/02) 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)

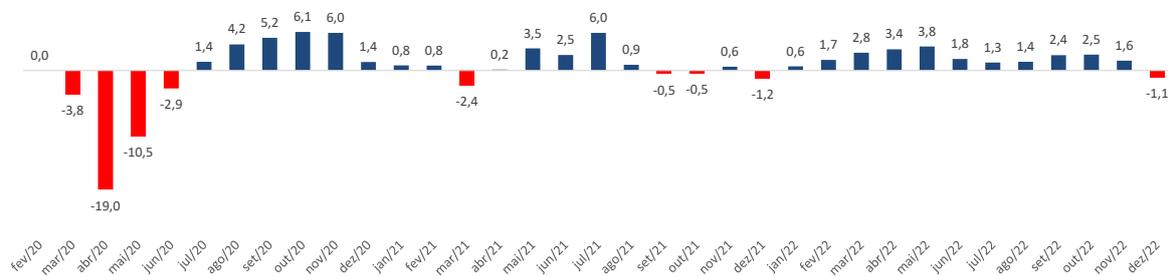


Na comparação com o mês anterior, houve queda de 2,6% e, em relação a dezembro de 2021, variação positiva pelo quinto mês seguido (+0,4%). Vinte das vinte e sete unidades da Federação registraram aumento real das vendas no ano passado (em 2021, haviam sido 13). Destacaram-se positivamente os Estados da Paraíba (+13,9%), Roraima (+11,1%) e Mato Grosso (+8,5%).

Subsetorialmente, as maiores taxas anuais ocorreram nos segmentos de combustíveis e lubrificantes (+16,6%), de livrarias e papelarias (+14,8%) e artigos farmacêuticos (+6,3%). Os destaques negativos ficaram por conta dos ramos de utilidades domésticas (-8,4%) e de móveis e eletrodomésticos (-6,7%) – ambos influenciados pelo esgotamento do ciclo iniciado durante a crise sanitária, além da deterioração das condições de crédito.

Diante do frustrante resultado de dezembro, após onze meses, o volume de vendas do setor voltou a se situar abaixo do patamar observado imediatamente antes da decretação da pandemia de covid-19 (-1,1%). Seis dos dez segmentos avaliados pelo Instituto ainda apresentam perdas em relação a fevereiro de 2020, sendo as mais significativas aquelas observadas nos ramos de livrarias e papelarias (-38,3%) e de vestuário, calçados e acessórios (-29,9%).

**QUADRO II**  
**VOLUME DE VENDAS DO VAREJO**  
*(Variações % mensais em relação a fevereiro de 2020)*



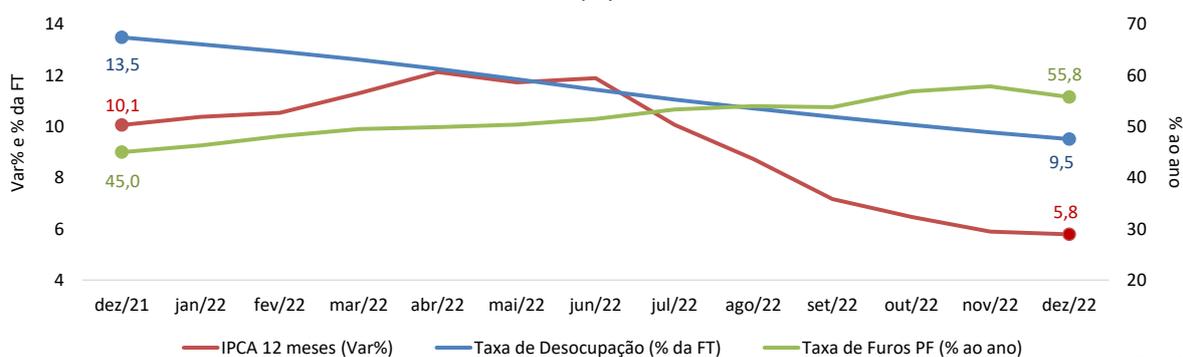
Fonte: IBGE

Portanto, as performances anuais do varejo em 2020 (+1,2%), 2021 (+1,4%) e 2022 (+1,0%), embora semelhantes, devem ser explicadas por razões distintas. Se em 2020 a crise sanitária ditou predominantemente o ritmo das vendas, no ano passado foi a deterioração das condições de consumo que justificaram o seu fraco desempenho desde então.

Severamente castigado pela crise sanitária, o comércio conseguiu crescer pelo sexto ano seguido a partir da normalização da circulação de consumidores. Por outro lado, o fraco desempenho das vendas ao longo de 2022 derivou de um cenário pouco propício à expansão destas. A desaceleração do nível geral de preços (o IPCA acumulado em 12 meses recuou de +10,1% para +5,8% entre dezembro de 2021 e dezembro do ano passado) e o recuo do desemprego (a taxa de desocupação média cedeu de 13,5% para 9,5% no mesmo período) foram neutralizados pelo avanço dos juros e pelo elevado grau de comprometimento da renda.

De acordo com indicadores do Banco Central, a taxa média de juros praticada nas modalidades livremente pactuadas entre pessoas físicas e as instituições financeiras avançou de 45,0% para 55,8% ao ano – maior taxa em quase cinco anos. Esse movimento, associado ao comprometimento médio da renda com dívidas em nível recorde (28,21% em novembro de 2022), inviabilizou a aceleração do consumo a prazo, como tipicamente ocorre com os bens de consumo duráveis.

**QUADRO III**  
**EVOLUÇÕES DAS PRINCIPAIS CONDIÇÕES DE CONSUMO EM 2022**  
*(%)*



Fontes: IBGE e BC

Assim, diante das expectativas atuais quanto à inflação ao longo do corrente ano, a perspectiva é que a taxa básica de juros permaneça em patamares elevados, mantendo os juros ao consumidor em bases historicamente também elevadas. De forma complementar, a expectativa em relação ao crescimento da economia neste ano segue inferior a 1%, não estimulando, portanto, o reaquecimento do mercado de trabalho.

Conforme esperado, as medidas de estímulo ao consumo e recomposição da renda adotadas no ano passado não foram suficientes para acelerar o ritmo das vendas e tampouco deverão contribuir significativamente para o seu avanço em 2023. Assim, a expectativa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) é de crescimento ainda mais modesto das vendas ao final de 2023 (+0,6% ante o ano passado).