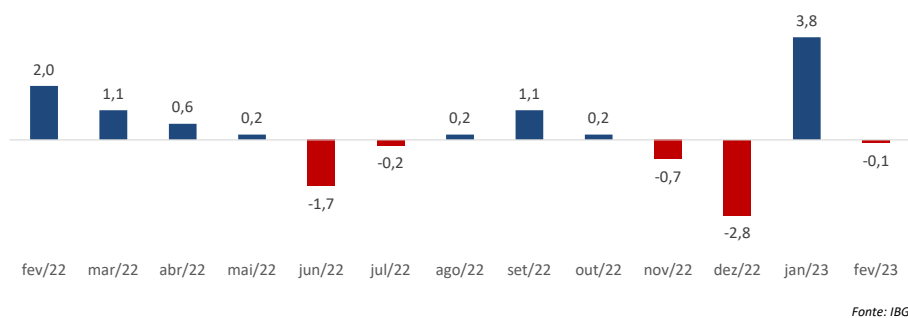


COM INÍCIO DE ANO DIFÍCIL, VAREJISTAS REGISTRAM QUEDA DE 59% EM VALOR DE MERCADO

Vendas ligeiramente acima do patamar pré-pandemia e cenário monetário apertado no médio prazo reduzem expectativas positivas de fluxo de caixa das empresas do setor. CNC revisa de +0,9% para +0,6% expectativa de crescimento das vendas em 2023.

O volume de vendas do comércio varejista brasileiro recuou 0,1%, no mês de fevereiro, de acordo com a Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada hoje (25/04) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A retração no mês veio próxima à expectativa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), que projetava queda de 0,3% em relação a janeiro.

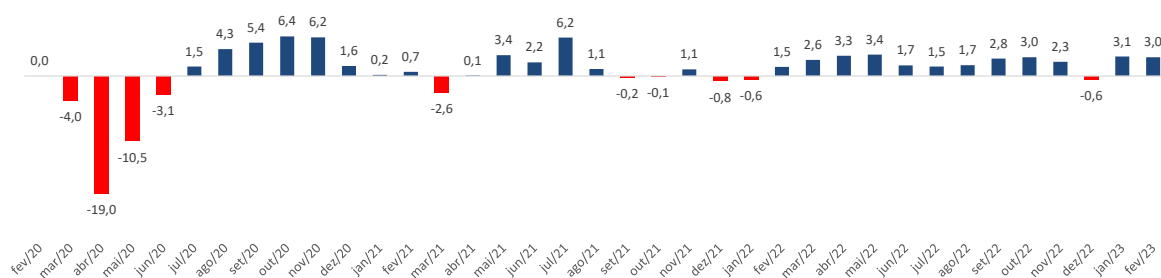
QUADRO I
VOLUME DE VENDAS DO VAREJO
(Variações % em relação ao mês anterior com ajuste sazonal)



À exceção dos segmentos de farmácias, perfumarias e cosméticos (+1,4%) e de livrarias e papelarias (+4,7%), todos os segmentos registraram recuos no mês de fevereiro, com destaque para as vendas nos estabelecimentos de artigos de informática e comunicação (-10,4%) e lojas de tecidos, vestuário e calçados (-6,3%). Na comparação com o mesmo mês do ano passado, o varejo alcançou a sétima alta consecutiva (+1,0%, sobre fevereiro de 2022).

Apesar deste início de ano difícil, as dificuldades do setor remontam à deterioração do cenário de consumo, a partir do esgotamento do ciclo de consumo de bens duráveis em 2021. De forma ainda mais grave, a tentativa de neutralização das pressões inflacionárias através de uma política monetária mais restritiva no início de 2021, elevou sucessivamente os juros cobrados na ponta de empresas e consumidores, colocando-os em patamares que o setor não via desde agosto de 2017. Atualmente, as vendas do varejo se encontram apenas 3,0% acima do período pré-pandemia.

QUADRO II
VOLUME DE VENDAS DO VAREJO
(Variações % em relação a fevereiro de 2020 com ajuste sazonal)



Fonte: IBGE

Esse cenário impôs dificuldades, inclusive, às grandes empresas do setor. Levantamento realizado pela CNC mostrou que as 23 empresas de capital aberto negociadas na B3 registraram perda de valor de mercado média de 21,4% entre março de 2022 e março de 2023. Nos últimos 24 meses, a perda acumulada chega a 59,3%.

QUADRO III
DESEMPENHO DAS PRINCIPAIS AÇÕES DO VAREJO NA B3
(Variações %)

Empresa	Código	Destaque ou perfil corporativo*	Var% 12 meses	Var% 24 meses
Americanas	AMER3	Empresa resultante da combinação operacional da antiga BZW com a Lojas Americanas. Dona de marcas como Americanas, Submarino e Shoptime e Ame.	97,0%	-98,3%
Magazine Luiza	MGLU3	Varejista com mais de 1.100 lojas físicas em mais de 800 cidades. Também possui centros de distribuição, marketplace e um enorme ecossistema digital.	50,6%	-83,3%
Via	VIAA3	Antiga Via Varejo, dona de marcas como Casas Bahia, Ponto (antigo Ponto Frio), Bafira e Extra. Uma das maiores empresas de eletroeletrônicos e móveis do Brasil.	54,9%	-84,4%
Alpargatas	ALPA4	Dona das marcas Havaianas, Oaklen e Dupê. Possui loja digital e lojas físicas, principalmente em shoppings e no exterior por meio de lojas próprias ou franquias.	68,0%	-77,1%
Arezzo	ARZZ3	Dona das marcas Arezzo, Schutz e AnaCapri. Também vende produtos da marca Vans. É líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos. Possui e-commerce e lojas físicas.	67,1%	-68,5%
C&A	CEAB3	Desde 1976 no varejo de moda brasileiro. Possui mais de 280 lojas em mais de 120 cidades. Abriu capital na Bolsa em 2019.	27,8%	6,4%
Centauro (Grupo SFB)	SFBG3	Dono das marcas Centauro e Fisla. Também possui tanto lojas físicas quanto renomada força nas vendas online de produtos esportivos.	47,9%	-75,6%
Guararapes	GUAR3	Dona das marcas Riachuelo, Carter's e Midway Financeira. Toda a confecção da Guararapes abastece as mais de 300 lojas da Riachuelo.	62,0%	-66,4%
Grupo Soma	SOMA3	Resultado da fusão das marcas Animale e Fam. Com mais de 200 lojas no Brasil, recentemente anunciou a fusão com a Hering.	46,3%	-44,3%
Lojas Renner	LRN3	Dona das Lojas Renner, Camicado, Realize e Youcom. Possui mais de 600 lojas físicas no Brasil, Uruguai e Argentina, além de e-commerce.	39,1%	-56,0%
Maisa	AMAR3	A maior rede de moda feminina e lingerie do Brasil. É Prêmio Top of Mind na categoria e possui lojas físicas e online.	80,6%	-87,2%
Track & Field	TFCO4	Marca especializada em vestuário esportivo e moda praia. Possui mais de 260 lojas (entre próprias e franquias) em praticamente todos os estados do Brasil.	-6,3%	9,4%
Asaí	ASA13	Empresa de capital aberto a partir da cisão com o Pão de Açúcar. Possui cerca de 190 lojas em 22 estados brasileiros. Atende 30 milhões de clientes por mês.	-4,3%	-78,9%
Carrefour	CREF3	Varejista de produtos alimentares líder no Brasil. Está em todos os estados do país e também é dono da marca Atacadão. Recentemente, adquiriu as lojas da Rede Big.	43,9%	-43,0%
Grupo Mateus	GMAT3	Quarto maior varejista do Brasil com lojas de atacado e varejo. É um dos maiores conglomerados de empresas das regiões Norte e Nordeste.	9,7%	-28,5%
Grupo Pão de Açúcar	PCAR3	Dono de marcas como Pão de Açúcar, Taque e Qualidade. Tem mais de 800 lojas físicas em todas as regiões do Brasil e operações na Colômbia, Uruguai e Argentina com o Grupo Éxito.	38,6%	-52,7%
Lojas Quero Quero	LIOQ3	Varejista especializada em material para construção, eletrodomésticos e móveis. Tem lojas no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.	60,6%	-73,3%
Mobly	MBLY3	Referência no comércio eletrônico de móveis e de decoração. Também possui lojas físicas e megastores. Abriu capital na Bolsa de Valores em 2021.	69,1%	-91,6%
Natura	NICO3	Dona de marcas como Natura, Avon, The Body Shop e Aesop. Possui operações no Brasil, América Latina, Europa e Ásia.	48,5%	-72,2%
Pague Menos	PGMN3	Uma das maiores redes de farmácias do Brasil. Possui mais de 1.000 lojas e está em praticamente todos os estados do país.	67,8%	-65,6%
Petz	PETZ3	Plataforma com canais físicos e digitais para a venda de produtos pet. Tem cerca de 150 lojas e também possui centros veterinários da marca Seres.	66,7%	-68,5%
RaiaDrogasil	RADL3	Líder no mercado brasileiro de farmácias em receita e lojas. Possui mais de 2.100 pontos de venda em 23 estados. É resultado da fusão entre Raia SA e Drogasil SA.	3,5%	0,3%
Westwing	WEST3	Plataforma de e-commerce com mais de 9 milhões de usuários cadastrados. Referência no segmento de casa e decoração.	61,8%	-87,3%
Cesta Varejo	-	Média ponderada do volume negociado das ações do setor	-21,4%	-59,3%

Fonte: B3

Em que pese a tendência de desaceleração da inflação, a queda do nível de desemprego e a valorização real de cerca de 3,0% no salário mínimo, segundo o histórico de expectativas registrado pelo Banco Central, a expectativa de crescimento da economia brasileira se encontra abaixo 1,0% desde maio do ano passado.

Diante da expectativa de flexibilização do aperto monetário somente a partir do terceiro trimestre deste ano, a tendência é que a taxa de juros média no mercado de crédito se mantenha em patamares elevados até o fim do ano.

Esse cenário, combinado ao elevado grau de comprometimento da renda com dívidas por parte das famílias, deve continuar desestimulando a expansão significativa do consumo. Desde setembro de 2021, pelo menos 30% da renda média das famílias se encontra comprometida com dívidas, segundo dados do Bacen. Diante da improvável reversão desse cenário no curto prazo, a CNC revisou de +0,9% para +0,6% sua previsão de crescimento das vendas neste ano.

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

