

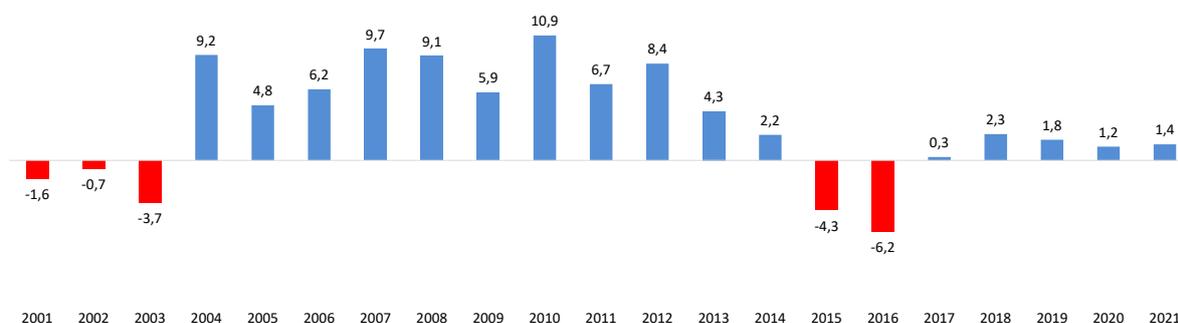
INFLAÇÃO ALTA IMPEDIU ACELERAÇÃO DAS VENDAS EM 2021

Varejo sofreu menos com a pandemia e mais com a deterioração das condições de consumo. Mesmo repassando menos da metade da inflação ao consumidor final, setor volta a ter crescimento inferior a 2% pela 6ª vez em sete anos. CNC mantém expectativa de alta de 0,9% para as vendas em 2022.

No ano passado, o volume de vendas do comércio varejista brasileiro cresceu 1,4% na comparação com 2020, de acordo com a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), divulgada hoje (09/02) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Excetuando 2018 (+2,3%), o volume de vendas do setor não consegue crescer acima de 2% há sete anos (em 2014, houve alta de 2,2%).

QUADRO I

VOLUME ANUAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA
(Variações % em relação ao ano anterior)



*previsão CNC

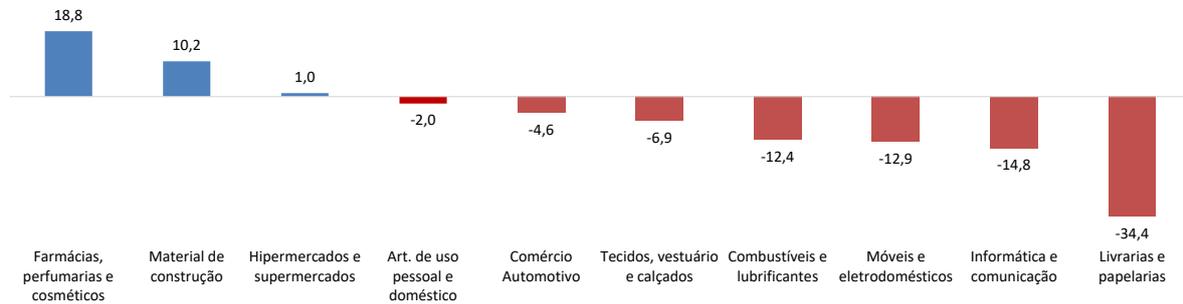
Fontes: IBGE e CNC

Na comparação com o mês anterior, houve queda de 0,1% e, em relação a dezembro de 2021, -2,9% - a quinta retração consecutiva nesta base comparativa. Treze das vinte e sete unidades da Federação registraram aumento real das vendas no ano passado (em 2020, haviam sido 18). Destacaram-se positivamente os Estados do Piauí (+9,8%), Pará (+7,1%) e Amapá (+8,5%).

Subsetorialmente, as maiores taxas positivas ocorreram nos segmentos automotivo (+14,9%), de tecidos, vestuário e calçados (+13,8%) e artigos de uso pessoal e doméstico (+12,7%). Entretanto, nos três casos, as vendas mensais ainda continuam situadas abaixo do nível verificado antes do início da pandemia (-6,9%, -4,6% e -2,0%, respectivamente). O destaque negativo do ano passado ficou por conta do varejo de alimentos (-2,3% ante 2020 e apenas 1,0% acima do nível verificado em fevereiro de 2020).

QUADRO II

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



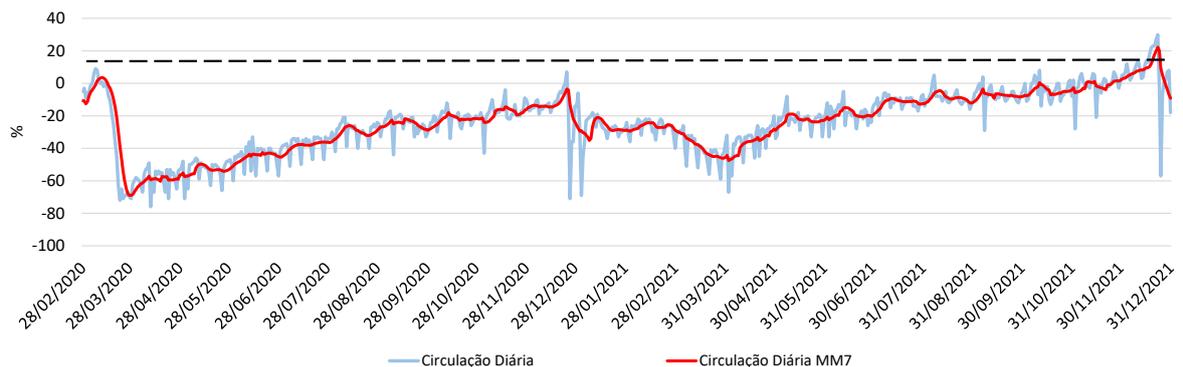
Fonte: IBGE

Severamente castigado pela crise sanitária em 2020, o comércio conseguiu crescer pelo quinto ano seguido e se aproximar da normalização operacional ao longo do ano passado. Essa aproximação se traduziu no quase restabelecimento da circulação de consumidores ao nível pré-pandemia. Embora o ano tenha se iniciado sob a sombra da segunda onda da crise de contaminações pelo novo coronavírus, a desaceleração do número de casos graves da doença decorrente do avanço da vacinação viabilizou o aumento da circulação dos consumidores nos meses subsequentes.

Segundo levantamento feito pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) através do *Google Mobility*, a circulação de consumidores, que havia recuado 23% nos três primeiros meses do ano, voltou a crescer, avançando 67% até dezembro, embora já sob influência da variante Ômicron no último mês de 2021. Em dezembro de 2020, o fluxo de consumidores nas lojas estava 29% abaixo do normal e, um ano depois, 9% aquém do período pré-pandemia.

QUADRO III

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



Fonte: Google Mobility

Portanto, as performances anuais do varejo em 2020 (+1,2%) e 2021 (+1,4%), 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 justificou o seu fraco desempenho em um ano em que a economia avançou 4,5% após ter tombado 3,9% em 2020.

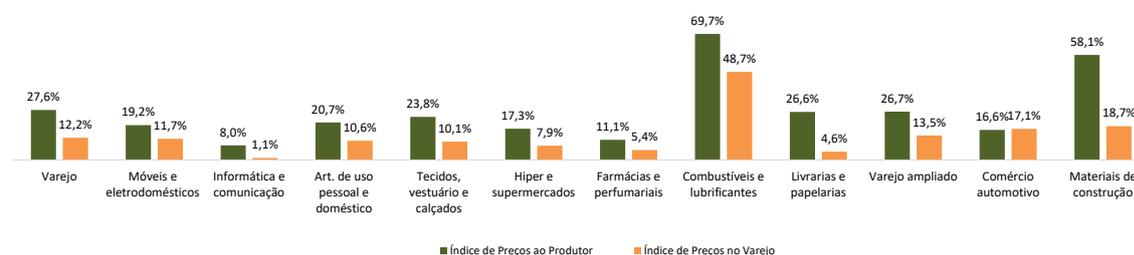
O desemprego elevado e as taxas de juros em aceleração certamente contribuíram para o resultado de 2021; contudo, inegavelmente, a aceleração dos preços foi o principal fator responsável pela frustração dos varejistas ao longo do ano.

Em dezembro de 2020, a taxa de inflação acumulada em doze meses, medida pelo IPCA, estava em 4,52%. Um ano depois, pressionada não somente pelas tarifas, mas também disseminada pelo índice, acelerou para 10,06%.

A inflação manifestou seu impacto sobre as vendas de suas formas. Ao reduzir o poder de compra do consumidor, esfriou a demanda por produtos ao longo do ano. Além disso, pressionados pelos preços no atacado, os varejistas se viram diante da incapacidade de reter os reajustes recebidos dos atacadistas e repassar, parcialmente, a alta de custos na aquisição de mercadorias aos consumidores finais.

Na média, o varejo reteve mais da metade da alta recebida do atacado (+27,6%), repassando 12,2% ao consumidor final. Excetuando o comércio automotivo, cujos preços no varejo (+17,1%) subiram ligeiramente acima do atacado (+16,6%), os demais segmentos foram obrigados a sacrificar margens ao longo de 2021 com percentuais de retenção de repasses que chegaram a 68% no caso do comércio de materiais de construção (+58,1% no atacado e +18,7% no varejo).

QUADRO IV
PREÇOS NO ATACADO E NO VAREJO EM 2022
(Var.% acumulada em 12 meses)



Com o avanço na vacinação da população, a tendência para 2022 é que o setor sofra menos com os efeitos decorrentes da crise sanitária, tais como novas medidas restritivas. Além disso, a inflação deverá ceder a patamares mais baixos que o atual, pressionando menos os preços no atacado. Por outro lado, a expectativa de um crescimento econômico inferior a 0,5% neste ano e a incerteza inerente a 2022 deverão limitar a retomada do mercado de trabalho - a principal fonte de recursos para consumo. Diante deste cenário, sem alterações significativas desde a sua última projeção, a CNC manteve a expectativa de alta de 0,9% nas vendas neste ano.