

Análise para a imprensa – produzida por economistas da Facamp

“Retomada do varejo brasileiro pelo sexto mês consecutivo deve ser analisada com cautela, por conta das incertezas em relação à continuidade desta recuperação em 2021”, segundo analistas

Adriana Marques da Cunha e Saulo Cabello Abouchedid

O comércio varejista ampliado brasileiro¹ apresentou aumento de 2,1% em outubro comparado a setembro de 2020, no sexto crescimento mensal consecutivo, segundo a última Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) do IBGE. Depois de um período de crescimento em ritmo de desaceleração de maio a setembro de 2020, o volume de vendas do varejo ampliado brasileiro voltou a acelerar em outubro, quando atingiu um patamar recorde para o ano de 2020. O desempenho positivo do varejo brasileiro ao longo dos últimos meses esteve intimamente ligado à flexibilização do distanciamento social com a reabertura das atividades comerciais, à manutenção da renda das famílias com base no auxílio emergencial, bem como à concessão de crédito destinado a pessoas físicas em contexto de juros atrativos. No acumulado em doze meses, o varejo ampliado, no entanto, continuou apresentando comportamento negativo (-1,4%).

O desempenho positivo do volume de vendas do varejo ampliado marcou a maioria dos setores no mês de outubro comparado a setembro de 2020. Deve-se destacar as vendas de livros, jornais e artigos de papelaria (6,6%); de tecidos, vestuário e calçados (6,6%); veículos, motocicletas e partes e peças (4,8%); equipamentos e materiais para escritório (3,7%); e artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (2,3%). Embora ainda apresentando crescimento em outubro, houve evidente desaceleração das vendas marginais de combustíveis e lubrificantes (para 1,1%); e de materiais de construção (para 0,2%). Ressalta-se também o tímido embora relevante aumento de 0,6% nas vendas de hipermercados, supermercados, alimentos, bebidas e fumo, setor de peso no valor final do índice (30,5%), no mês de outubro frente a setembro de 2020, revertendo sua preocupante queda dos meses de agosto e setembro. ***O único destaque negativo no mês de outubro foi a queda nas vendas de móveis e eletrodomésticos (-1,1%).*** O comportamento das vendas em outubro sugere uma certa recomposição do padrão de demanda observado antes da eclosão da crise sanitária, por conta da recuperação de alguns setores fortemente afetados pela pandemia, como, por exemplo, o setor de vestuário.

A manutenção do comportamento positivo das vendas de veículos e de materiais de construção, em outubro frente a setembro de 2020 deve ser considerada com certa cautela dada sua persistente desaceleração marginal desde junho de 2020. Embora os dados da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave) mostrem aumento de 0,45% de emplacamentos de veículos automotores (automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus) em novembro frente a outubro de 2020, chegando no melhor resultado do ano, também revelam retração de 23,6% no acumulado de janeiro a novembro de 2020 comparado ao mesmo período do ano passado², ainda distante de retomar o patamar pré-crise.

Segundo os analistas da Facamp, Adriana Marques e Saulo Abouchedid, “há que se observar com cautela a retomada da aceleração das vendas do varejo brasileiro em outubro, considerando o agravamento da contaminação da população no contexto de persistência da crise sanitária e a possibilidade de um retrocesso da flexibilização do distanciamento social, assim como a redução, mesmo a provável extinção, do

¹ O comércio varejista inclui combustíveis e lubrificantes; hiper, supermercados, produtos alimentícios e fumo; tecidos, vestuários e calçados; móveis e eletrodomésticos; artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos; livros, jornais, revistas e papelarias; equipamentos e materiais para escritórios, informática e comunicação; e outros artigos de uso pessoal e doméstico. O comércio varejista ampliado adiciona veículos, motos, partes e peças, assim como material de construção, aos demais segmentos citados. Neste documento, destaca-se o comportamento do varejo ampliado.

² <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-12/venda-de-veiculos-automotores-aumenta-045-de-outubro-para-novembro>

auxílio emergencial, a manutenção do desemprego e da informalidade no mercado de trabalho, e o repique da inflação com evidentes efeitos deletérios sobre as vendas de determinados produtos, fatores que voltaram a assombrar o final do ano de 2020 com forte tendência de perpetuação em 2021. Revela-se, portanto, o curto fôlego da retomada das vendas do varejo brasileiro ”.

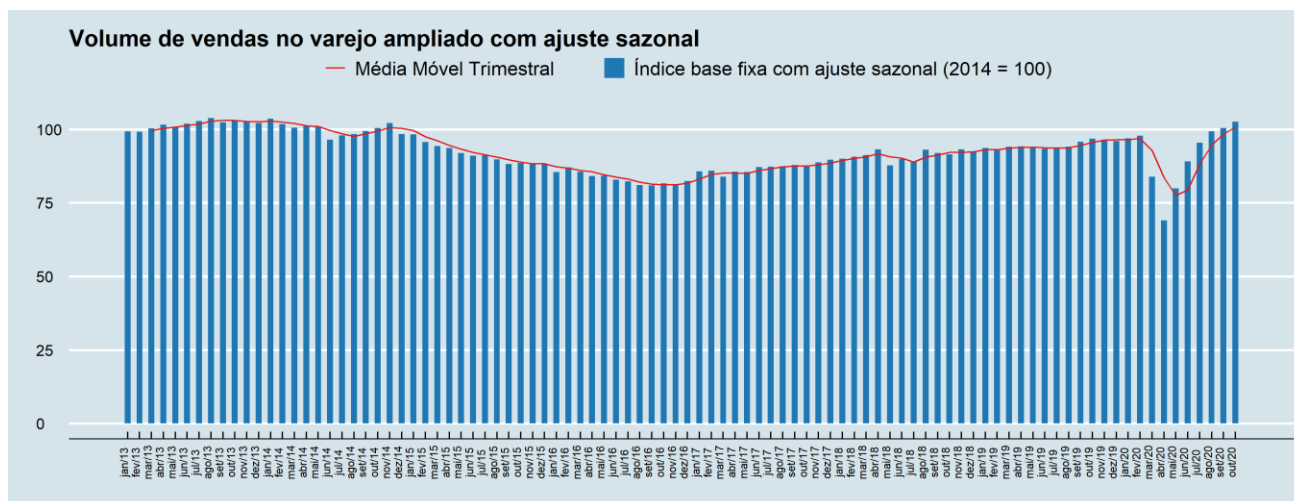
Gráficos e Tabelas

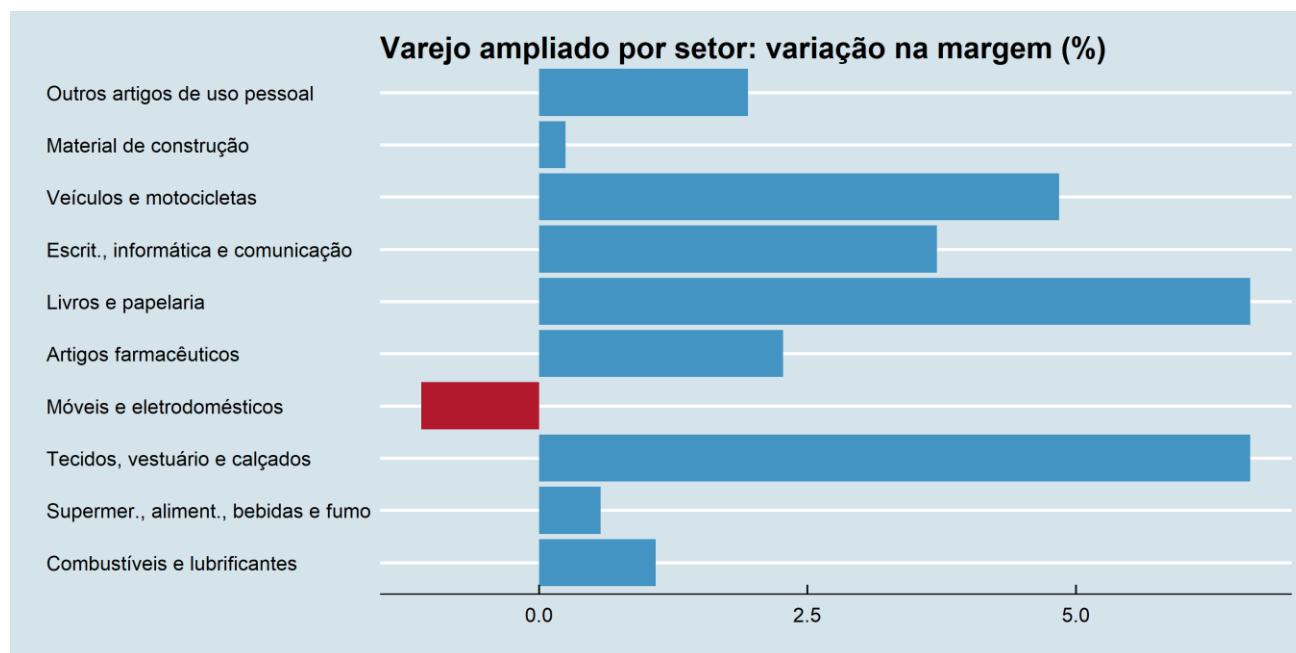
Fonte: PMC/IBGE

Brasil: Variação mensal do volume de vendas no varejo (%)		
	Variação interanual (%)	Variação na margem (%)
	Out 20/Out 19	Out 20/Set 20*
Comércio varejista	8,3	0,9
Comércio varejista ampliado	6,0	2,1

* Dados com ajuste sazonal.

Brasil: Variação anual do volume de vendas no varejo ampliado (%)	
2012	8,0
2013	3,6
2014	-1,7
2015	-8,6
2016	-8,7
2017	4,0
2018	5,0
2019	3,9
Acumulado últimos 12 meses (nov/19-out/20)	-1,4





Expediente

FACAMP explica: PMC é uma publicação mensal do Centro de Pesquisas Econômicas da FACAMP que repercute os resultados da Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE.

FACAMP é uma faculdade privada com espírito público fundada em 2000 por João Manuel Cardoso de Mello, Liana Aureliano, Luiz Gonzaga de Melo Belluzzo e Eduardo Rocha Azevedo. Com 100% de Mestres e Doutores, seu curso de Economia recebeu 5 estrelas do Guia do Estudante em 2018.

www.facamp.com.br

Pesquisadores

Adriana Marques da Cunha, Beatriz Bertasso, Bento Maia, Fernanda Serralha, Jackeline Bertuolo, José Augusto Ruas, Juliana Filleti, Ricardo Buratini, Rodrigo Sabbatini, Saulo Abouchedid e Thiago Dallaverde

Assistentes de Pesquisa:

Thais Trombeta e Jacques

Como citar esta nota

CUNHA, A.M.; ABOUCHEDID, S. "PMC: outubro de 2020". In **FACAMP Explica: PMC**. Campinas: Editora FACAMP, volume 01, número 01, outubro de 2020.