O GLOBO | Economia

Economia

Vendas no comércio crescem 0,6% em setembro, puxadas por supermercados

Melhora no mercado de trabalho impulsiona consumo de alimentos e itens de primeira necessidade, mas ainda não é suficiente para alavancar outros segmentos, como vestuário

Com a melhora no mercado de trabalho e o aumento no rendimento do brasileiro, as vendas no comércio nacional cresceram 0,6% em setembro, puxadas pelo segmento de supermercados e produtos alimentícios, que tem forte peso no indicador. Os indicadores de emprego, embora tenham impulsionado o consumo de primeira necessidade, ainda não foram suficientes para alavancar as vendas em outros segmentos, como vestuário e calçados.

Os dados foram divulgados na nova Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (**IBGE**).

Segundo o gerente da pesquisa, Cristiano Santos, as vendas no segmento de mercados e alimentos foram responsáveis por tirar o varejo da estabilidade, indicando também a escolha orçamentária das famílias por bens essenciais:

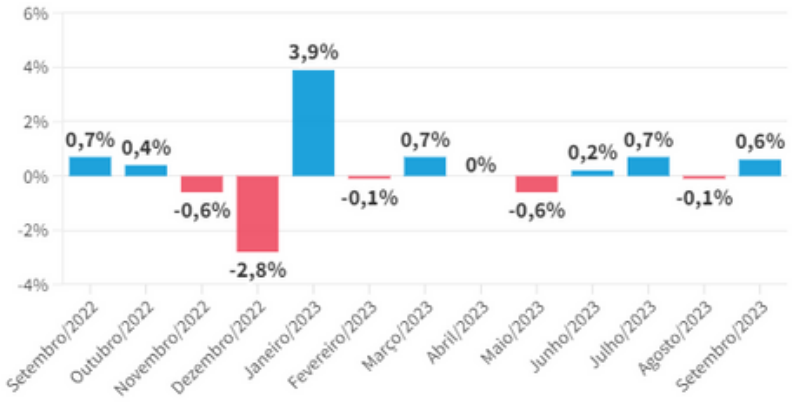
Trevo
SOLUÇÕES EM COMUNICAÇÃO

— Com o aumento da população ocupada e da massa de rendimento, as pessoas estão usando o rendimento habitual para os gastos em hiper e supermercados e não está sobrando para concentrar em outras atividades — afirma.

Apenas três atividades analisadas avançaram em setembro: móveis e eletrodomésticos (2,1%), hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (1,6%) e artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, e de perfumaria (0,4%).

Variação no volume de vendas no comércio na comparação com o mês anterior

Varejo opera 4,9% acima do patamar pré-pandemia, mostram dados do IBGE



Fonte: IBGE

Segundo maior peso no comércio brasileiro, o setor de combustíveis e lubrificantes foi o que mais contribuiu negativamente para o resultado, com queda de 1,7%, interrompendo uma sequência de dois meses seguidos no campo positivo.

— Houve crescimento de receita dos postos de gasolina, mas não o suficiente para ganhar da inflação — conclui Santos.

No **mês de agosto, as vendas no varejo haviam apresentado leve queda** (- 0,1%), diante de uma onda de fechamento de lojas. O desempenho só não foi pior por conta do resultado positivo do segmento de supermercados e produtos alimentícios, que tem forte peso no índice e avançou no mês.

O que dizem especialistas

Cláudio Felisoni, presidente do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo (IBEVAR), avalia que o motivo para esse aumento não é a queda na taxa de juros, que ainda não chegou com força ao consumidor.

O crescimento nas vendas acontece por conta da redução da inflação, que é fundamental para catapultar os resultados do comércio nacional.

Fora isso, Felisoni é pessimista em relação ao próximo ano e acredita que os bons resultados do segmento em 2023 não devem levar a uma recuperação sólida do varejo:

Trevo
SOLUÇÕES EM COMUNICAÇÃO

— O ambiente é desfavorável ao consumo na medida em que o governo não sinaliza claramente um compromisso com o equilíbrio fiscal, o que acaba relegando ao Banco Central essa tarefa pesada de controle da inflação. Depende de como o governo vai conduzir essa questão em 2024, mas até o momento os sinais não têm sido positivos — diz o especialista.

Poucos dias atrás, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva disse que **o governo dificilmente cumpriria a meta de zerar o déficit primário nas contas públicas em 2024**. Foi sua primeira fala direta em contraponto ao compromisso firmado pelo ministro da Fazenda Fernando Haddad.

A meta de primário zero no ano que vem foi proposta pela equipe da pasta e permite uma margem de flutuação de 0,25% para cima ou para baixo. Lula indicou que iria mirar a parte inferior da banda e que um resultado negativo de 0,25% seria o mesmo que nada.

Roberto Kanter, professor da FGV, afirma que os dados de consumo podem vir melhores neste último trimestre. Para isso, no entanto, o comércio terá que apresentar boas ofertas para atrair a clientela.

Roberto Kanter, professor da FGV, afirma que os dados de consumo podem vir melhores neste último trimestre. Para isso, no entanto, o comércio terá que apresentar boas ofertas para atrair a clientela.

— A Black Friday do ano passado foi muito ruim para a maioria do segmento, a não ser para as empresas que realmente trouxeram condições atraentes para o consumidor. Muitos dos comerciantes deram 50% de desconto em um preço que foi recentemente dobrado e o consumidor já percebeu isso — avalia.

Além da alimentação, outro grupo que apresentou crescimento nas vendas em setembro foram os eletrodomésticos, mas Kanter sugere que esse seja um movimento pontual. Isso porque, de acordo com o especialista, a queda nos juros ainda não chegou na ponta da linha.

Graziela Fortunato, professora da Escola de Negócios (IAG) da PUC, tem outra avaliação. Para ela, o aumento na procura desses bens indica que os brasileiros voltaram a se endividar:

— O Desenrola Brasil foi um importante para tentar resolver o endividamento, além dos juros baixando, mesmo que lentamente. Entendo que a volta no consumo de certos bens (como eletrodomésticos) pode sinalizar que os consumidores abriram espaço no orçamento, resolvendo suas dívidas, e agora estão se endividando novamente — conclui.

Matéria:
https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2023/11/08/vendas-no-comercio-crescem-06percent-em-setembro-mostra-ibge.ghtml

Trevo
SOLUÇÕES EM COMUNICAÇÃO